

Elemente des Marketingkonzeptes nach Prof. R. Kühn

Nr.	Schritt/Ebene	Inhalte	Entscheide/Resultate
1	Ausgangslage/ Situationsanalyse	Basisinformationen, Stärken, Schwächen, Chancen, Gefahren	<ul style="list-style-type: none"> • Marktfähigkeit • Marktattraktivität • Marktmöglichkeiten
2	Markt/Teilmarkt/ Segment-Strategie	Bestimmung des Markts, der Teilmärkte und der Segmente	<ul style="list-style-type: none"> • Marktsegmentstrategie • undifferenziert • differenziert • konzentriert
3	Einsatzrichtung Marketing-Mix, Positionierung und Ziele	Bestimmung der Strategie innerhalb des relevanten Marktes, Position gegenüber Konkurrenz oder PV, Zielsetzungen im relevanten Markt	<ul style="list-style-type: none"> • Marktentwicklungsstrategie • Teilmarktentwicklungsstrategie • Konkurrenzstrategie • Positionierungskreuz • Positionierungsspinne • verbale Positionierung • quantitative Ziele • qualitative Ziele
4	Marktbearbeitungs- strategie	Bestimmung der Absatzwege und deren Ziele, externe Beeinflusser und deren Ziele, Relation Push/Pull	<ul style="list-style-type: none"> • welche Absatzwege • welche Partner • quantitative/qualitative Ziele • welche ext. Beeinflusser • Ziele bei ext. Beeinflusser • Verwendung der Mittel (Push/Pull)
5	Grobmassnahmen Marketing-Mix	Planung der Instrumente für die unterschiedlichen Teilmixe	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammensetzung 4Ps / 7Ps • grobe Umschreibung • standard/dominant • grober zeitlicher Einsatz • grober Kostenrahmen
6	Anpassungen der Infrastruktur	Bestimmung der Organisation und Potentiale, Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Nennung der Anpassungen • grober Kostenrahmen
7	Grobbudget	strukturierte Darstellung der Budgetpositionen	Verteilung der finanziellen Mittel im Rahmen des Marketingkonzeptes
8	Operative Marketingplanung	konkrete Umsetzung der geplanten Massnahmen	nach Genehmigung des Budgets erfolgt die Detailplanung der Instrumente
9	Kontrolle	Abweichungs- und Erfolgskontrolle	<ul style="list-style-type: none"> • Kontrollpunkte • Kontrollintervalle • Verantwortlichkeiten • Massnahmen bei Abweichung