****

**MARKETING FÜR KLEINE UNTERNEHMEN**

**PROJEKTPLAN**

MARKETING-PROJEKTPLAN

FIRMENNAME

Straße und Hausnummer

Stadt, Bundesland und PLZ

webaddress.com

Version 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VORBEREITET VON | TITEL | DATUM |
|  |  |  |
| E-MAIL | TELEFON |
|  |  |
| GENEHMIGT VON | TITEL | DATUM |
|  |  |  |

Inhaltsverzeichnis

 [1.GESCHÄFTSZUSAMMENFASSUNG3](#_Toc22640375)

[1.1UNSER UNTERNEHMEN3](#_Toc22640376)

[1.2LEITBILD3](#_Toc22640377)

[1.3VISION STATEMENT3](#_Toc22640378)

[2.DIE HERAUSFORDERUNG4](#_Toc22640379)

[2.1PROBLEM4](#_Toc22640380)

 [2.2CHANCE4](#_Toc22640381)

 [3.SITUATIONSANALYSE5](#_Toc22640382)

 [3,15C-ANALYSE5](#_Toc22640383)

[3.1.1UNTERNEHMEN5](#_Toc22640384)

[3.1.2MITARBEITER5](#_Toc22640385)

[3.1.3KUNDEN5](#_Toc22640386)

[3.1.4TEILNEHMER5](#_Toc22640387)

[3.1.5KLIMA5](#_Toc22640388)

 [3.2SWOT-ANALYSE6](#_Toc22640389)

 [4.KERNKOMPETENZEN7](#_Toc22640390)

[4.1FÄHIGKEIT ONE7](#_Toc22640391)

[4.2LEISTUNG ZWEI7](#_Toc22640392)

[4.3FÄHIGKEIT THREE7](#_Toc22640393)

 [5.MARKETINGZIELE8](#_Toc22640394)

[5.1KURZFRISTIGE ZIELE UND AKTIONSPLAN8](#_Toc22640395)

[5.1.1NUTZUNG DES BESTEHENDEN KUNDENSTAMMS8](#_Toc22640396)

[5.1.2REICHWEITE ERWEITERN8](#_Toc22640397)

[5.2LANGFRISTIGE ZIELE UND AKTIONSPLAN9](#_Toc22640398)

[5.2.1MARKENBEKANNTHEIT / BEHÖRDE9](#_Toc22640399)

[5.2.2VERBESSERTES SUCHRANKING9](#_Toc22640400)

 [6.ZIELMARKT10](#_Toc22640401)

 [6.1DEMOGRAFIE10](#_Toc22640402)

 [6.2PSYCHOGRAPHIE10](#_Toc22640403)

 [7.MARKETINGSTRATEGIE11](#_Toc22640404)

[7.1ALLEINSTELLUNGSMERKMAL (USP) 11](#_Toc22640405)

[7.2MARKETING-MIX – 4Ps11](#_Toc22640406)

[7.2.1PRODUKT11](#_Toc22640407)

[7.2.2PREIS11](#_Toc22640408)

[7.2.3PLATZ12](#_Toc22640409)

[7.2.4WERBUNG12](#_Toc22640410)

 [7.3MARKETING-KANÄLE12](#_Toc22640411)

[7.4HAUSHALT13](#_Toc22640412)

[8.LEISTUNGSSTANDARDS UND MESSMETHODEN14](#_Toc22640413)

 [8.1LEISTUNGSSTANDARDS14](#_Toc22640414)

[8.2KEY PERFORMANCE INDICATORS (KENNZAHLEN) 14](#_Toc22640415)

 [8.3MESSMETHODEN14](#_Toc22640416)

 [9.FINANZÜBERSICHT15](#_Toc22640417)

 [9.1FINANZBEDARF15](#_Toc22640418)

[9.2ANNAHMEN / PROJEKTIONEN15](#_Toc22640419)

 [9.3JAHRESABSCHLUSS16](#_Toc22640420)

[9.3.1GEWINN - UND VERLUSTRECHNUNG16](#_Toc22640421)

[9.3.2CASHFLOW-PROGNOSE16](#_Toc22640422)

[9.3.3BILANZ16](#_Toc22640423)

[10. APPENDIX17](#_Toc22640424)

[10.1FORSCHUNGSERGEBNISSE17](#_Toc22640425)

[10.2PRODUKTSPEZIFIKATIONEN UND BILDER17](#_Toc22640426)

# GESCHÄFTSZUSAMMENFASSUNG

## UNSER UNTERNEHMEN

|  |
| --- |
|  |

## LEITBILD

|  |
| --- |
|  |

## VISIONSAUSSAGE

|  |
| --- |
|  |

# DIE HERAUSFORDERUNG

## PROBLEM

|  |
| --- |
|  |

## GELEGENHEIT

|  |
| --- |
|  |

# SITUATIONSANALYSE

## 5C-ANALYSE

### FIRMA

|  |
| --- |
|  |

### MITARBEITER

|  |
| --- |
|  |

### KUNDSCHAFT

|  |
| --- |
|  |

### KONKURRENTEN

|  |
| --- |
|  |

### KLIMA

|  |
| --- |
|  |

## SWOT-ANALYSE

|  |
| --- |
| INTERNE FAKTOREN |
| STÄRKEN (+) | SCHWÄCHEN (-) |
|  |  |
| EXTERNE FAKTOREN |
| CHANCEN (+) | BEDROHUNGEN (-) |
|  |  |

# KERNKOMPETENZEN

### FÄHIGKEIT EINS

|  |
| --- |
|  |

### FÄHIGKEIT ZWEI

|  |
| --- |
|  |

### FÄHIGKEIT DREI

|  |
| --- |
|  |

# MARKETINGZIELE

## KURZFRISTIGE ZIELE UND AKTIONSPLAN

### NUTZUNG DES BESTEHENDEN KUNDENSTAMMS

|  |
| --- |
|  |

### REICHWEITE ERWEITERN

|  |
| --- |
|  |

## LANGFRISTIGE ZIELE UND AKTIONSPLAN

### MARKENBEKANNTHEIT / AUTORITÄT

|  |
| --- |
|  |

### VERBESSERTES SUCHRANKING

|  |
| --- |
|  |

# ZIELMARKTPLATZ

## DEMOGRAPHIEN

|  |
| --- |
|  |

## PSYCHOGRAPHIK

|  |
| --- |
|  |

# MARKETINGSTRATEGIE

## ALLEINSTELLUNGSMERKMAL (USP)

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING-MIX – 4Ps

### PRODUKT

|  |
| --- |
|  |

### PREIS

|  |
| --- |
|  |

### ORT

|  |
| --- |
|  |

### BEFÖRDERUNG

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING-KANÄLE

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET

|  |
| --- |
|  |

# LEISTUNGSSTANDARDS & MESSMETHODEN

## LEISTUNGSSTANDARDS

|  |
| --- |
|  |

## KEY PERFORMANCE INDICATORS (KENNZAHLEN)

|  |
| --- |
|  |

## MESSMETHODEN

|  |
| --- |
|  |

# FINANZIELLE ZUSAMMENFASSUNG

## FINANZBEDARF

|  |
| --- |
|  |

## ANNAHMEN / PROJEKTIONEN

|  |
| --- |
|  |

## FINANZAUSWEISE

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

|  |
| --- |
|  |

### CASHFLOW-PROGNOSE

|  |
| --- |
|  |

### BILANZ

|  |
| --- |
|  |

# ANHANG

## FORSCHUNGSERGEBNISSE

|  |
| --- |
|  |

## PRODUKTSPEZIFIKATIONEN UND BILDER

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **VERZICHTSERKLÄRUNG**Alle Artikel, Vorlagen oder Informationen, die von Smartsheet auf der Website bereitgestellt werden, dienen nur als Referenz. Obwohl wir uns bemühen, die Informationen auf dem neuesten Stand und korrekt zu halten, geben wir keine Zusicherungen oder Gewährleistungen jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Jegliches Vertrauen, das Sie auf solche Informationen setzen, erfolgt daher ausschließlich auf Ihr eigenes Risiko. |