

1. Status - quo - Analyse → SWOT - Analyse Strengths Weaknesses Opportunities Threats
2. Marketing - Ziele → Definition nach **SMART** Spezifisch Messbar Attraktiv Realistisch Terminiert
3. Marketing - Strategie → Was will ich konkret zur Zielerreichung unternehmen?
↳ Umfeld, Wettbewerb & Potenziale berücksichtigen
4. Marketing - Instrumente → operative Maßnahmen - **PPKD** - **Politiken** - **Vordefinition**
↳ Produkt-, Preis-, Kommunikations- & Distributionspolitik
5. Marketing - Mix → Zusammenfassung der Marketing - Instrumente
6. Konzeptrealisierung → Implementierung des **Marketing - Mix**
7. Evaluation → "Marketing - Controlling": Messung Effizienz & Erreichung d. Ziele

Umsetzung