



AW-BIOTECH-MARKETING

Fachinformation Nr.1

Checkliste für Existenzgründer: Wie erarbeite ich ein Marketingkonzept?

Ein erfolgreiches Unternehmen muss sowohl auf das Marktgeschehen als auch auf seine Kunden ausgerichtet sein. Daher enthält das Marketingkonzept zunächst die Zielsetzung, Strategien und einen Mix aus Werkzeugen, mit denen Sie Ihr Unternehmen gezielt auf den Markt und ihre Kunden ausrichten.

Stellen Sie sich zur Erarbeitung des Marketingkonzepts die folgenden Fragen:

1. **SWOT-Analyse**
Wo liegen meine persönlichen Stärken und Schwächen (**S**trengths, **W**eaknesses)?
Welche unternehmerischen Voraussetzungen bringe ich mit?
Welche Chancen und Risiken (**O**pportunities, **T**hreats) ergeben sich aus dem zukünftigen Umfeld?
2. **Marktforschung**
Wo bekomme ich Informationen über meine Zielkunden, die Wettbewerber und über Lieferanten?
3. **Zielsetzung**
Welche Ziele will ich langfristig erreichen: Umsatz, Gewinn, Rentabilität, Wachstum...?
! Strategische Ziele sind meist qualitativer Art z.B. Erreichen einer führenden Marktposition.
Welche operativen Ziele leiten sich von meinen strategischen Zielen ab? z.B. Zielerreichung innerhalb eines Jahres
! Hier müssen messbare Größen vorgegeben werden, anhand deren die Zielerreichung kontrolliert werden kann; z.B. ein bestimmtes Absatzvolumen mengen- und wertmäßig, der Ausbau der Distribution auf einen bestimmten Wert.
4. **Strategische Schlüsselfaktoren und Geschäftsfelder**
Was sind meine gegenwärtigen und zukünftigen Erfolgsfaktoren?
Welche grundsätzlichen Wege und Potenziale zeigen sich zur Zielrealisierung auf?
! Legen Sie Regeln und Grundsätze für den zielführenden Einsatz der Maßnahmen fest und stecken so den Handlungsrahmen für die marktorientierte Unternehmensführung ab.
5. **Marketingpolitische Instrumentarien**
 - a. Produktpolitik
Wann muss ich ein neues Produkt auf den Markt bringen oder mein Produkt verändern?
 - b. Kontrahierungspolitik
Wie gestalte ich meine Preise?
Gewähre ich Rabatte?
Wie gestalte ich meine Lieferungs- und Zahlungsbedingungen?
 - c. Kommunikationspolitik
Werbung, Verkaufsförderung, Public Relations
Wie informiere ich den Markt bzw. meine potenziellen Kunden über meine Produkte und mein Unternehmen?
 - d. Distributionspolitik
Wie vertreibe ich meine Produkte am besten?
6. **Taktische und strategische Planung**
Welches Budget und welche Maßnahmen aus dem Marketing-Mix muss ich zukünftig einsetzen, um die mittel- und langfristigen Ziele zu erreichen?
7. **Operative Planung/Kurzfristige Planung**
Wie setze ich meine strategische Planung in operative Maßnahmen um?
8. **Organisation des Marketings**
Welchen Raum gebe ich dem Marketing organisatorisch, zeitlich und finanziell?