



Checkliste Marketing

Ist-Analyse

Mit der Marketing-Checkliste können Sie den Ist-Stand ihrer Marketingaktivitäten zusammenfassen. Damit schaffen Sie einen sinnvollen Ausgangspunkt zur Weiterentwicklung Ihrer Marketingstrategie.

Unternehmen:	
Gewerk:	
Marketingverantwortlicher:	
Unternehmensname / Marke:	

Logo vorhanden (wenn ja, bitte anfügen)	<input type="radio"/> Ja	<input type="radio"/> Nein
--	--------------------------	----------------------------

Erklären Sie in maximal zwei Sätzen wofür Ihr Unternehmen steht (für wen, bieten Sie was, womit und warum)

Wer sind ihre drei stärksten Konkurrenten	
A	
B	
C	

Wie sind Ihre Preise im Vergleich zu ihren Konkurrenten		
<input type="radio"/> Niedriger	<input type="radio"/> Gleich	<input type="radio"/> Teurer



Beschreiben Sie ihre aktuellen Kunden (aktuelle Zielgruppe/n)	
In welchen Regionen sind Sie aktuell tätig (Zielregionen)	
Was hat der Kunde davon, wenn er bei Ihnen kauft (besonderer Kundennutzen/ Ihr Nutzenversprechen):	
Warum beschäftigen Sie sich gerade jetzt mit dem Thema Marketing	

Wie hoch war Ihr Umsatz im letzten Geschäftsjahr	
Wie hoch war Ihr Gewinn im letzten Geschäftsjahr	
Wie hoch waren Ihre Marketingausgaben im letzten Geschäftsjahr	
Wofür wurde das Geld im Marketing genutzt	

Gibt es aktuell ein Marketingbudget? (wenn ja, bitte Höhe angeben)	<input type="radio"/> Ja, _____ €	<input type="radio"/> Nein
Gibt es eine Marketingplanung? (wenn ja, bitte anfügen)	<input type="radio"/> Ja	<input type="radio"/> Nein

Nennen Sie ihre Produkte/Leistungen, die zusammen für 80% ihres Umsatzes stehen, und an welche Kundengruppen die Produkte hauptsächlich verkauft werden	
Verkaufte Produkte/Leistungen	Kundengruppen



Welche weiteren Produkte/Leistungen bieten Sie an

--

Wie kommen ihre Kaufverträge/Kundenaufträge aktuell zu Stande
(bitte ankreuzen und ggfls. ergänzen)

<input type="radio"/> Im Ladengeschäft / in der Ausstellung	
<input type="radio"/> Vor Ort beim Kunden	
<input type="radio"/> in ihrem Büro	
<input type="radio"/> im Online-Shop	
<input type="radio"/> in Social Media Kanälen	
<input type="radio"/> auf Online-Marktplätzen	
<input type="radio"/> per E-Mail	
<input type="radio"/> per Brief / Fax	
<input type="radio"/> per Telefon	
<input type="radio"/> auf Veranstaltungen	wenn ja, welche?
<input type="radio"/> durch Vertriebspartner	wenn ja, welche?
<input type="radio"/> auf der Baustelle	
<input type="radio"/> andere	wenn ja, welche?



Was sind ihre bisherigen Kommunikationskanäle, um Interessenten anzusprechen
(bitte ankreuzen und ergänzen)

<input type="radio"/> Ladengeschäft / Ausstellung	wenn ja, wo?
<input type="radio"/> Webseite	Bitte Adresse(n) angeben:
<input type="radio"/> Social-Media	wenn ja, welche?
<input type="radio"/> Kataloge/Broschüren/Flyer	wenn vorhanden bitte jeweils ein Exemplar beilegen
<input type="radio"/> Anzeigen	wenn ja, wo? möglichst Entwürfe beilegen
<input type="radio"/> Bannerwerbung	wenn ja, wo?
<input type="radio"/> Empfehlungen	wenn ja, was tun Sie dafür?
<input type="radio"/> Sponsoring	wenn ja, wo?
<input type="radio"/> Netzwerke	wenn ja, wo?
<input type="radio"/> Events/Veranstaltungen	wenn ja, welche?
<input type="radio"/> Verkaufswagen	wenn ja, wo?
<input type="radio"/> Verkaufsfördernde Maßnahmen	wenn ja, welche?
<input type="radio"/> andere	wenn ja, welche?



Was sind aus Ihrer Sicht zukünftig die wichtigsten maximal **drei Ziele** für ihr Marketing (bitte **maximal drei ankreuzen** und konkretisieren)

Ziel	Was heißt das für Sie konkret?
<input type="radio"/> Firmenbekanntheit	
<input type="radio"/> Markenbekanntheit	
<input type="radio"/> Produktbekanntheit	
<input type="radio"/> (Neu-)Positionierung / Image	
<input type="radio"/> Umsatzsteigerung	
<input type="radio"/> Gewinnsteigerung	
<input type="radio"/> Markterschließung	
<input type="radio"/> Erhöhung des Marktanteils	
<input type="radio"/> Kundenbindung	
<input type="radio"/> Kundenaktivierung	
<input type="radio"/> Andere	wenn ja, welche?