

Fälschung: Welche Begriffe stimmen nicht?

**Kultur/Philosophie/Grundhaltung**

- Denke im Kopf des Unternehmens!
- Fühle im Herzen des Kunden!
- Träume in der Seele des Kunden!

**Kreativität**

Ansporn & Einschränkung



**Konsequenz**

# Marketing

- Externes Marketing**
- Kunden Marketing**

**Konzept**

**Vision / Leitbild / Oberziele (ICE; CD; etc.)**

**Situationsanalyse**

- Kunden
- Konkurrenten
- Unternehmen
- Umfeld / Umwelt / Trends



**Primär- und Sekundärforschung**

=> **SWOT**

Stärken/Schwächen = Innensicht  
Vorteile/Nachteile= Außensicht

**Maßnahmen**

- im Bezug auf Kunden
- im Bezug auf Konkurrenten
- im Bezug auf Anspruchsgruppen
- im Bezug auf Lieferanten



**CFIM**

Card for Instrumental Management

**Marketingziele (Unterziele)**

**Strategien (Mix)**

- product
- price
- public relation
- place
- publicity

**Nutzen**

Grundnutzen  
Zusatznutzen  
Erbauungsnutzen  
Geltungsnutzen

**Controlling**

Original: Diese Begriffe stimmen!

### Kultur/Philosophie/Grundhaltung

- Denke im Kopf des Kunden!
- Fühle im Herzen des Kunden!
- Träume in der Seele des Kunden!

### Kreativität

Ansporn & Einschränkung

### Konsequenz



## Marketing

- Externes Marketing
- Internes Marketing

### Konzept

Vision / Leitbild / Oberziele (CI; CD; etc.)

### Situationsanalyse

- Kunden
- Konkurrenten
- Unternehmen
- Umfeld / Umwelt / Trends



### Primär- und Sekundärforschung

=> **SWOT**

Stärken/Schwächen = Innensicht  
Chancen/Risiken = Außensicht

### Strategien

- im Bezug auf Kunden
- im Bezug auf Konkurrenten
- im Bezug auf Anspruchsgruppen
- im Bezug auf Absatzmittler



### CFSM

Card for Strategy Management

### Marketingziele (Unterziele)

### Marketinginstrumente (Mix)

- product
- price
- promotion
- place
- personel

### Nutzen

Grundnutzen  
Zusatznutzen  
Erbauungsnutzen  
Geltungsnutzen

### Kontrolle / Audit

**Kultur/Philosophie/Grundhaltung**

- Denke im Kopf des Unternehmens!
- Fühle im Herzen des Kunden!
- Träume in der Seele des Kunden!

**Kreativität**

Ansporn & Einschränkung



**Konsequenz**

# Marketing

- Externes Marketing**
- Kunden Marketing**

**Konzept**

Vision / Leitbild / Oberziele (ICE; CD; etc.)

**Situationsanalyse**

- Kunden
- Konkurrenten
- Unternehmen
- Umfeld / Umwelt / Trends

**Primär- und Sekundärforschung**  
=> **SWOT**

Stärken/Schwächen = Innensicht  
Vorteile/Nachteile= Außensicht

**Maßnahmen**

- im Bezug auf Kunden
- im Bezug auf Konkurrenten
- im Bezug auf Anspruchsgruppen
- im Bezug auf Lieferanten

CFIM

Card for Instrumental Management

**Marketingziele** (Unterziele)

**Strategien (Mix)**

- product
- price
- public relation
- place
- publicity

**Nutzen**

- Grundnutzen
- Zusatznutzen
- Erbauungsnutzen
- Geltungsnutzen

**Controlling**