



Marketingcheck

Datum:

Unternehmen:

Name:

Straße:

Telefon:

PLZ / Ort:

Email:

Nehmen Sie sich ein wenig Zeit für Ihren persönlichen Marketingcheck. In Ihrem eigenen Interesse empfehlen wir das Kästchen mit dem genauen aktuellen Status anzukreuzen. Sie können wählen, ob Sie im ausgedruckten PDF die Angaben eintragen wollen oder noch einfacher direkt im PDF-Formular eingeben.

Am Ende müssen Sie nur die Anzahl pro Spalte zusammenzählen und eintragen. So können Sie zielsicher Gutes fortführen und entscheiden welche Bereiche optimiert werden können.

Firmen-Philosophie:

nicht wenig gut sehr gut

Hat das Unternehmen eine unverwechselbare Kernaussage

Ist die Darstellung des Unternehmens professionell und modern

Sind die Mitarbeiter in die Firmenphilosophie eingebunden

Sind die Kunden in die Firmenphilosophie eingebunden

Entsprechen Fahrzeuge/Firmengebäude/Personal dem Unternehmensimage

Produkte / Dienstleistungen:

Ist die Marktstellung der Produkte und Dienstleistungen bekannt

Sind Aussagen Ihrer bestehenden Kunden bekannt und analysiert

In welchem Umfang sind innovative Neuerungen berücksichtigt

Sind Preise/Zielgruppen/Produkte/Dienstleistungen marktgerecht

Vertriebs- und Kundenkontakt:

Sind klare kundenfreundliche Vertriebsstrukturen vorhanden

Sind die Kommunikationsmedien kundeneffizient

Besteht eine ständige Kundenkommunikation

Sind neue Medien in der Kundenverwaltung integriert

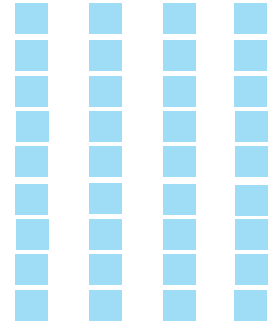
Ist eine strategische Kundenselektierung eingeführt



Marketing:

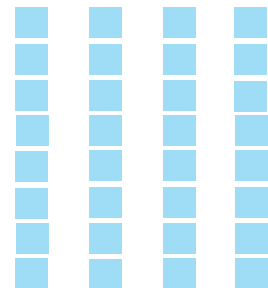
Sind Umsatz- und Marketingziele in einer Zeitplanung definiert
Ist eine Marketingbedarfs- und Kostenplanung vorhanden
Liegt ein Status über Märkte, Zielgruppen und Preisstrategien vor
Ist der Bedarf, potentieller Kunden und Anforderungen bekannt
Wird der Kundennutzen angesprochen und berücksichtigt
Sind die Stärken und die zu optimierende Schwächen bekannt
Sind Aktivitäten auf Ihr Firmenimage abgestimmt
Werden entsprechend der Marktsituation Aktionen berücksichtigt
Sind alle Faktoren in einer Werbeplanung einbezogen

nicht wenig gut sehr gut



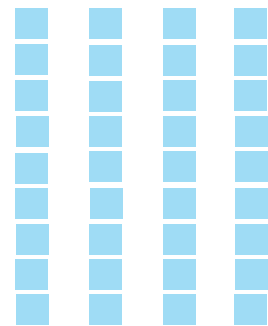
Corporate Design:

Erkennt man das Unternehmen unverwechselbar am Erscheinungsbild
Vermittelt das Logo Firmenimage, Produkt und Dienstleistung
Ist das Firmenimage aussagekräftig
Ist das Erscheinungsbild farbig und s/w einsetzbar
Ist das Erscheinungsbild firmenintern umsetzbar (Word, E-Mail etc.)
Wurde das Erscheinungsbild betriebswirtschaftlich konzipiert
Vereinfacht es die firmeninternen Arbeitsabläufe
Ist das Erscheinungsbild in allen Bereichen umsetzbar



Werbung:

Unterstützen bisherige Werbemaßnahmen die Marketingziele
Sind Ziele, Wünsche und Ideen der Mitarbeiter mit berücksichtigt
Gibt es eine zeitlich fixierte Werbeplanung
Erkennt man an der Werbung die Herkunft und das Firmenimage
Wird die Werbung aktiv ausgewertet und weiterverfolgt
Ist die Werbung gleichermaßen kreativ und betriebswirtschaftlich
Wird die Werbung aktiv vom Unternehmen/Mitarbeiter eingesetzt
Können Teile der technischen Umsetzung weiterhin verwendet werden
Akzeptieren die Kunden die Werbemaßnahmen



Alle Häkchen zusammenzählen:



- Optimal, kein Bedarf
- Intern besprechen
- Marketing verbessern
- Marketingberatung
- Werbeberatung

Sie haben Ihren Status erfasst und haben Fragen? Einfach den ausgefüllten Check mir zusenden und ich melde mich bei Ihnen telefonisch.

Firma:
Name:
Straße:
PLZ, Ort:
Email:
Telefon:

