Checkliste: Marketing und Vertrieb

5.1 Produktpolitik

 Definieren Sie, welchen Nutzen Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung hat. (Grund-, funktionaler-, emotionaler-, sozialer Nutzen)

 Beschreiben Sie, in welcher Innovationskategorie sich Ihre Idee einordnen lässt. (echte-, quasi-, Me- too Innovation)

 Bestimmen Sie, welche Zielgruppen mit Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung angesprochen werden sollen.

 Stellen Sie dar, welchen Service und Dienstleistungen Sie zusätzlich anbieten, die mit dem Produkt/der Dienstleistung verbunden werden.

 Konkretisieren Sie, welche Maßnahmen zur Festlegung oder Veränderung von Eigenschaften eines Produktes getroffen werden. (Produktgestaltung)

 5.2 Preispolitik

Schätzen Sie, wie hoch der Preis für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung sein soll.

 Verdeutlichen Sie, wie die Preisgestaltung für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung je Vertriebskanal und Zielkundengruppe aussieht.

Stellen Sie klar, wie die Preisentwicklung verlaufen wird.

Geben Sie an, ob es Sonderkonditionen, z.B. Rabatte, Zahlungsziele gibt.

5.3 Vertriebspolitik

Schildern Sie, wie Sie Ihren Vertrieb aufbauen wollen.

 Erörtern Sie, welche Absatz- und Umsatzzahlen Sie in den ersten Jahren erwarten.

Erschließen Sie, mit welchen Ausgaben Sie rechnen.

 Drücken Sie aus, welche Vertriebskanäle Sie nutzen, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen.

Führen Sie auf, ob Sie strategische Vertriebspartnerschaften geplant haben.

5.4 Kommunikationspolitik

Konkretisieren Sie, was Kundenbindungsmaßnahmen kosten.

Diskutieren Sie, wie Sie Ihre Kunden dauerhaft binden.

Stellen Sie dar, wie Sie neue Kunden gewinnen können.

Legen Sie fest, wie Ihr Zeitplan für Ihre Marketingaktivitäten aussieht.

Überlegen Sie, wie hoch die Kosten für Ihre Marketingmaßnahmen sind.

Stellen Sie klar, welche Messen Sie planen zu besuchen.

 Falls Sie Sie Sponsoring Aktivitäten planen, vermitteln Sie, was Sie über die Marketingstrategien und Vertriebskanäle Ihrer Konkurrenten wissen.

Weisen Sie auf, welches Image Sie Ihren Kunden vermitteln wollen.

Drücken Sie aus, welche Werbemittel Sie einsetzen wollen.