****

**GO-TO-MARKET-MARKETINGPLAN**

MARKETINGPLAN

FIRMENNAME

Straße und Hausnummer

Stadt, Bundesland und PLZ

webaddress.com

Version 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VORBEREITET VON | TITEL | DATUM |
|  |  |  |
| E-MAIL | TELEFON |
|  |  |
| GENEHMIGT VON | TITEL | DATUM |
|  |  |  |

Inhaltsverzeichnis

 [1.ZUSAMMENFASSUNG3](#_Toc22670101)

 [2.LEITBILD4](#_Toc22670102)

[3.VISION STATEMENT4](#_Toc22670103)

 [4.SITUATIONSANALYSE5](#_Toc22670104)

 [4,15C-ANALYSE5](#_Toc22670105)

[4.1.1UNTERNEHMEN5](#_Toc22670106)

[4.1.2MITARBEITER 5](#_Toc22670107)

[4.1.3KUNDEN5](#_Toc22670108)

[4.1.4TEILNEHMER5](#_Toc22670109)

[4.1.5KLIMA5](#_Toc22670110)

 [4.2SWOT-ANALYSE6](#_Toc22670111)

 [5.KERNKOMPETENZEN7](#_Toc22670112)

 [6.TORE8](#_Toc22670113)

 [6.1GESCHÄFTSZIELE8](#_Toc22670114)

 [6.2VERKAUFSZIELE8](#_Toc22670115)

[6.3FINANZIELLE ZIELE9](#_Toc22670116)

 [6.4MARKETINGZIELE9](#_Toc22670117)

 [7.ZIELMARKT10](#_Toc22670118)

 [7.1INFORMATIONSERHEBUNG10](#_Toc22670119)

 [7.2SCHMERZPUNKTE10](#_Toc22670120)

 [7.3LÖSUNGEN11](#_Toc22670121)

[7.4KÄUFER PERSONA11](#_Toc22670122)

 [8.MARKETINGSTRATEGIE12](#_Toc22670123)

[8.1KAUFZYKLUS DES KÄUFERS12](#_Toc22670124)

 [8.2ALLEINSTELLUNGSMERKMAL (USP) 12](#_Toc22670125)

 [8.3BRANDING13](#_Toc22670126)

[8.4MARKETING-MIX – 4Ps13](#_Toc22670127)

[8.4.1PRODUKT13](#_Toc22670128)

[8.4.2PREIS13](#_Toc22670129)

[8.4.3PLATZ14](#_Toc22670130)

[8.4.4WERBUNG14](#_Toc22670131)

 [8.5MARKETING-KANÄLE14](#_Toc22670132)

[8.6HAUSHALT15](#_Toc22670133)

[9.LEISTUNGSSTANDARDS UND MESSMETHODEN16](#_Toc22670134)

 [9.1LEISTUNGSSTANDARDS16](#_Toc22670135)

[9.2BENCHMARKS16](#_Toc22670136)

 [9.3MARKETING-METRIKEN ZUR MESSUNG DES ERFOLGS17](#_Toc22670137)

 [9.4MESSVERFAHREN17](#_Toc22670138)

 [10.FINANZÜBERSICHT18](#_Toc22670139)

[10.1FINANZIELLE VORAUSSCHÄTZUNGEN18](#_Toc22670140)

 [10.2BREAK-EVEN-ANALYSE18](#_Toc22670141)

[10.3JAHRESABSCHLUSS19](#_Toc22670142)

[10.3.1GEWINN - UND VERLUSTRECHNUNG19](#_Toc22670143)

[10.3.2CASHFLOW-PROGNOSE19](#_Toc22670144)

[10.3.3BILANZ19](#_Toc22670145)

[11. APPENDIX20](#_Toc22670146)

[11.1FORSCHUNGSERGEBNISSE20](#_Toc22670147)

[11.2PRODUKTSPEZIFIKATIONEN UND BILDER20](#_Toc22670148)

# ZUSAMMENFASSUNG

|  |
| --- |
|  |

# LEITBILD

|  |
| --- |
|  |

# VISIONSAUSSAGE

|  |
| --- |
|  |

# SITUATIONSANALYSE

## 5C-ANALYSE

### FIRMA

|  |
| --- |
|  |

### MITARBEITER

|  |
| --- |
|  |

### KUNDSCHAFT

|  |
| --- |
|  |

### KONKURRENTEN

|  |
| --- |
|  |

### KLIMA

|  |
| --- |
|  |

## SWOT-ANALYSE

|  |
| --- |
| INTERNE FAKTOREN |
| STÄRKEN (+) | SCHWÄCHEN (-) |
|  |  |
| EXTERNE FAKTOREN |
| CHANCEN (+) | BEDROHUNGEN (-) |
|  |  |

# KERNKOMPETENZEN

FÄHIGKEIT EINS

|  |
| --- |
|  |

FÄHIGKEIT ZWEI

|  |
| --- |
|  |

FÄHIGKEIT DREI

|  |
| --- |
|  |

# ZIELE

## GESCHÄFTSZIELE

|  |
| --- |
|  |

## VERTRIEBSZIELE

|  |
| --- |
|  |

## FINANZIELLE ZIELE

|  |
| --- |
|  |

## MARKETINGZIELE

|  |
| --- |
|  |

# ZIELMARKTPLATZ

## INFORMATIONSERFASSUNG

|  |
| --- |
|  |

## SCHMERZPUNKTE

|  |
| --- |
|  |

## LÖSUNGEN

|  |
| --- |
|  |

## BUYER PERSONA

|  |
| --- |
|  |

# MARKETINGSTRATEGIE

## KAUFZYKLUS DES KÄUFERS

|  |
| --- |
|  |

## ALLEINSTELLUNGSMERKMAL (USP)

|  |
| --- |
|  |

## BRANDING

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING-MIX – 4Ps

### PRODUKT

|  |
| --- |
|  |

### PREIS

|  |
| --- |
|  |

### ORT

|  |
| --- |
|  |

### BEFÖRDERUNG

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING-KANÄLE

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET

|  |
| --- |
|  |

# LEISTUNGSSTANDARDS & MESSMETHODEN

## LEISTUNGSSTANDARDS

|  |
| --- |
|  |

## BENCHMARK-TESTS

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING-METRIKEN ZUR MESSUNG DES ERFOLGS

|  |
| --- |
|  |

## MESSVERFAHREN

|  |
| --- |
|  |

# FINANZIELLE ZUSAMMENFASSUNG

## FINANZPROGNOSEN

|  |
| --- |
|  |

## BREAK-EVEN-ANALYSE

|  |
| --- |
|  |

## FINANZAUSWEISE

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

|  |
| --- |
|  |

### CASHFLOW-PROGNOSE

|  |
| --- |
|  |

### BILANZ

|  |
| --- |
|  |

# ANHANG

## FORSCHUNGSERGEBNISSE

|  |
| --- |
|  |

## PRODUKTSPEZIFIKATIONEN UND BILDER

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **VERZICHTSERKLÄRUNG**Alle Artikel, Vorlagen oder Informationen, die von Smartsheet auf der Website bereitgestellt werden, dienen nur als Referenz. Obwohl wir uns bemühen, die Informationen auf dem neuesten Stand und korrekt zu halten, geben wir keine Zusicherungen oder Gewährleistungen jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Jegliches Vertrauen, das Sie auf solche Informationen setzen, erfolgt daher ausschließlich auf Ihr eigenes Risiko. |