



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:

nicht wenig gut sehr gut

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

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:

nicht wenig gut sehr gut

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

