

Beispiel für einen **S.M.A.R.T** formulierten Satz.

Um den Jahresgewinn von 200.000€ auf 250.00€ zu erhöhen muss das Unternehmen sich optimieren. Dafür müssen unser Kontroller alles noch mal in eine Zeitraum von 2 wochen genau analysieren. Im ersten Halbjahr soll der Gewinn schon bei 125.000€ Liegen. Und der Restliche Gewinn bis zum Jahresende.

S=spezifisch
(eindeutig/unmissverständlich)

Formalisieren ein angestrebte Kräftige Marktposition Werden durch Einsatz absatzpolitischer Instrumente erreicht (Preis, Product, Distribution und Werbepolitik) Grundlagen: übergreifende Unternehmensziele

Marketingziele: Wie auch alle anderen Unternehmensziele sollen stets S.M.A.R.T formuliert werden. Erst wenn die Formulierung mit jeden Punkt übereinstimmt ist das Unternehmenziel "SMART".

S.M.A.R.T Analyse

M=messbar (objektiv/überprüfbar)

A=akzeptiert
(unternehmensleitung/MA)

R=realistisch (erreichbar)

T=terminiert (bindung an Kalendertermin)

Die S.W.O.T Analyse ist ein Instrument der strategischen Planung.

Strength(Stärken) Interne Analyse

Weaknesses(Schwächen)Interne Analyse

Opportunities(Chancen) Externe Analyse

Threats(Risiken)Externe Analyse

S.W.O.T Analyse

Kriterien für Marketingzielen

Bei der Festlegung eines Marketingziels gibt es Folgendes zu beachten:

- | Inhalt, Ausmaß und zeitlicher Bezug so genau wie möglich bestimmbar (wichtig um die Wirksamkeit der Betrachtgezogenen Strategien und Maßnahmen bestimmen und beurteilen zu können)
- | Marketingziele dürfen nicht isoliert voneinander definiert werden (sie sollten als ganzes berücksichtigt werden. Es gibt 3 Formen

www.minibooks.ch

Marketingziele sind Ziele die eine Firma bist zu einen bestimmten einhalten möchte. Diese Ziele beziehen sich aufs Marketing. Es gibt verschiedene Verfahren und Arten von Analysen um Marketingziele zu bearbeiten und auszuführen.

Marketingziele Allgemein

Marketinziele

geschrieben von **Paul Regent**

-6-

-5-

-7-

-4-

-3-

-2-