

Inhalt

Vorwort	7
1 Marketingplanung und Disziplin	9
2 Geschäfts- und Missionsbeschreibung	15
3 Informationsphase	19
3.1 Marktdaten und Faktenplattform	19
3.2 Polaritätenprofil	34
3.3 SWOT-Analyse	48
3.4 Portfolio-Methode	68
3.5 Produktlebenszyklus-Analyse	77
4 Zielmarkt, Unternehmensziele und Marketingziele	83
4.1 Zielmarkt	83
4.2 Unternehmens- und Marketingziele	89
5 Risikoanalyse	103
5.1 Risikoeinschätzung	103
5.2 Beispiel einer ersten Risikoeinschätzung	105
6 Wachstumsszenarien	113
6.1 Wachstumsszenarien erarbeiten	113
6.2 Kreativitätstechniken	118
7 Marketingstrategie	127
7.1 Gedanken zur Marketingstrategie	127
7.2 Grundformen und Kombinationen von Marketingstrategien ...	129
7.3 Kreativitätstechniken	136
7.4 Entwicklung der Marketingstrategie	145
8 Motivationspsychologische Verbrauchersegmentierung	159
8.1 Grundlagen	159
8.2 Ablauf	163
8.3 Marktforschungsbriefing	166
8.4 Näherungsverfahren mithilfe von Verlagsstudien	170
9 Erarbeitung der Positionierungsstrategie	175
9.1 Grundlagen	175
9.2 Das Zusammenspiel von Leitmarketing- und Positionierungsstrategie	179

9.3	Anforderungen	180
9.4	Häufige Fehler	181
9.5	Visuelle Positionierungsdarstellung	182
9.6	Positionierungselemente	184
9.7	Positionierungsentwicklung und -beschreibung	188
9.8	Positionierungsauswahl	192
10	Nutzenversprechen (USP/UAP)	197
10.1	Was ist eine USP?	197
10.2	Unterschiede zwischen USP, UAP, UCP und so weiter	198
10.3	Ansatzpunkte für die Erarbeitung von USP-/UAP-Alternativen	199
10.4	Auswahl von USP-/UAP-Alternativen	202
11	Werbe-, Copy-, Media- und Promotion-Strategie	205
11.1	Überlegungen zur Werbe-, Copy- und Media-Strategie	205
11.2	Werbebriefing	214
11.3	Kreative Umsetzung der Copy-Strategie	216
11.4	Promotion-Strategie	221
11.5	Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihrer Werbeagentur	229
12	Marketingmaßnahmen	233
12.1	Grundlagen	233
12.2	Beschreibung von Marketingmaßnahmen	234
12.3	Marketingbudget	236
12.4	Risikoanalyse	237
13	Alarmplan	239
14	Umsetzung und Erfolgskontrolle	241
14.1	Umsetzung der Marketingplanung	241
14.2	Kontrolle und Feedback	242
15	Marketingplan und -konzeption	243
Literatur		247
Autoreninformation		249
CD-Benutzerhinweise		251