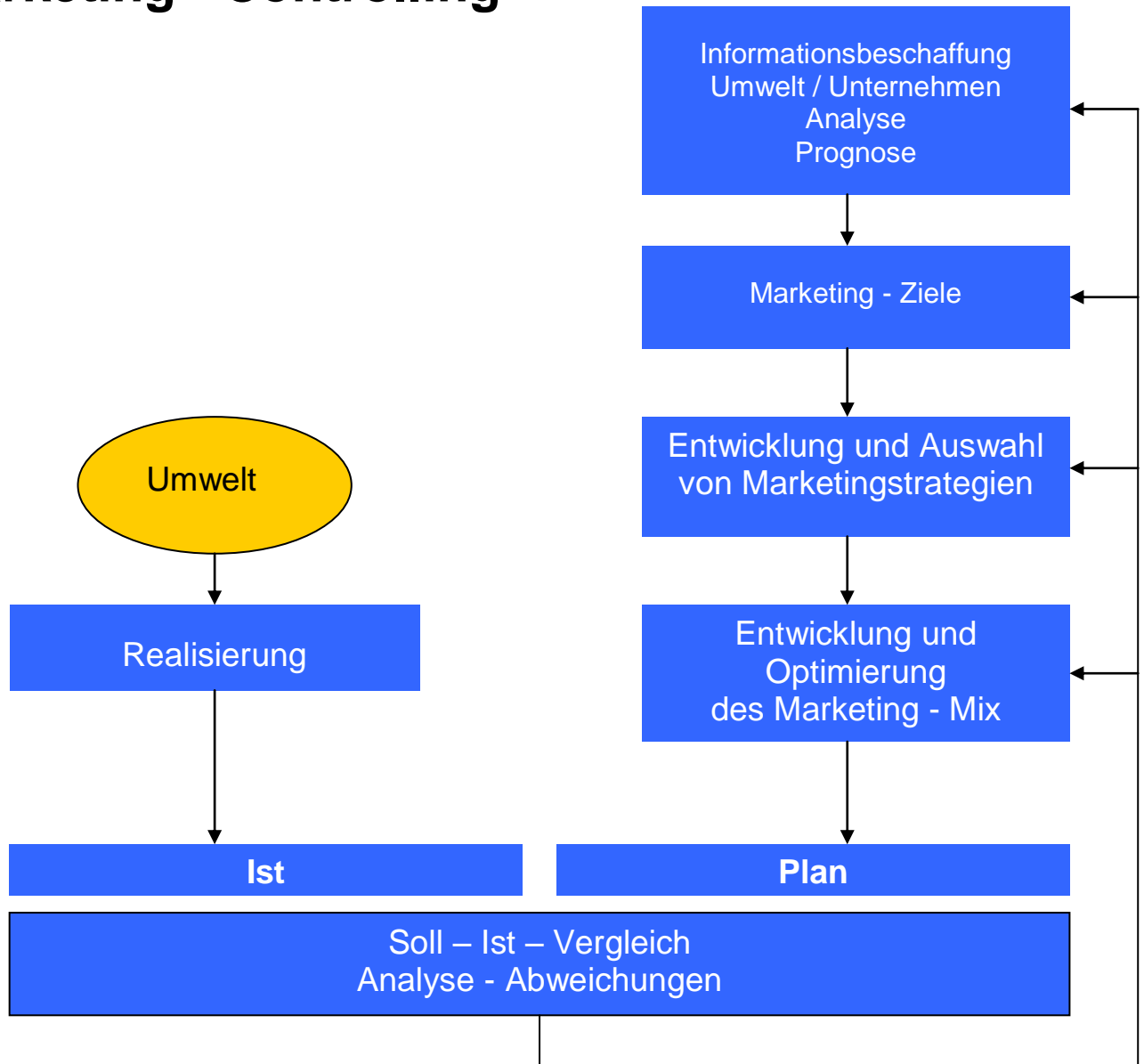


MARKETINGPLANUNG

Methoden und Instrumente		
Planungsprozess	Methoden	Informationsquelle
Informationsbeschaffung Analyse	Info Finanzbuchhaltung Aktivitäten Außendienst Produktportfolio Produktlebenszyklus Stärken-Schwächen-Analyse Imageanalyse Kaufentscheidende Faktoren Kundenanalyse (Kundenportfolio) Konjunktur Zielmarktentwicklung Technologische Entwicklung Konkurrenzanalyse Kundenzufriedenheit	intern Intern intern intern intern extern extern extern extern extern extern extern extern extern
Marketingziele	Portfolio Zielgruppen	
Marketingstrategien	Marktsegmentierung Produkt-Markt-Matrix PIMS-Studie Gap-Analyse (Lückenanalyse) Portfolio Differenzierung / KKV Produktlebenszyklus	
Maßnahmen, Marketingmix	Break-even-Analyse	

Quelle: Loh-Gruppe

Marketing - Controlling



Quelle: Loh-Gruppe