

## Checkliste Marketingplan

Nachdem die Budgets für 2020 gemacht sind, steht nun die Marketing- Jahresplanung an. Fragen, wie und mit was erreichen wir die Ziele für 2020 müssen nun unter dem Einsatz der richtigen Marketingmassnahmen beantwortet werden. In der Praxis überprüfen wir jeweils auch den bestehenden Marketing Mix: Ist dieser immer noch auf die relevanten Zielgruppen angepasst? Haben wir den bestehenden Mix mit digitalen Marketinginstrumenten ergänzt? Wie effizient und effektiv sind meinen Massnahmen respektive, holen wir das Maximum aus unserem eingesetzten Geld heraus?

Diese Checkliste zur Selbstdeklaration gibt Ihnen einen groben Überblick über die wichtigsten Themen welche für den Marketingplan berücksichtigt werden müssen. Haben Sie Fragen zur Marketingplanung? [info@joloo.ch](mailto:info@joloo.ch)

Checkliste Marketingplan	Check / Notizen
Sie kennen die Marketingziele für 2020? Stammen diese aus den Vorgaben der Unternehmens- und Marketingstrategie und sind die Ziele allen relevanten Personen zugänglich.	
Sie kennen Ihre Stärken, Schwächen und Schlüsselerfolgsfaktoren und haben diese gezielt in den Marketingmassnahmen eingesetzt.	
Sie kennen das Marketingbudget 2020 welches die Basis für Ihre Massnahmen Planung bildet.	
Sie verfügen über einen zielgerichteten Marketingplan (Jahresplan), nach welchem Sie die operativen Marketingmassnahmen im 2020 realisieren.	
Der Marketingplan ist in geschriebener Form vorhanden und ist allen relevanten Personen zugänglich.	
Sie haben den Marketing-Mix überprüft und angepasst? Der Marketing-Mix ist auf die Zielsetzung und die Zielgruppen abgestimmt.	
Es besteht eine grobe Kampagnenplanung welche im Marketingplan ersichtlich ist.	
Den Marketing-Mix haben Sie mit den digitalen Marketing Instrumenten wie Soziale Medien oder Google Ad Words ergänzt.	
Sie kennen die Effektivität Ihrer Marketingmassnahmen (was erreiche ich mit meinen Massnahmen).	
Sie kennen die Effizienz Ihrer Marketingmassnahmen (z.B. was kostet mich ein Neukunde).	
Sie haben die Kennzahlen (KPI) eingerichtet um den Erfolg der Marketingmassnahmen zu messen und anzupassen.	
Sie beobachten den Markt proaktiv und passen Ihren Marketingplan flexibel an.	

So könnte Ihr grober Marketingplan für 2020 aussehen!

