



2) Marketing Ziele

Nachdem du weißt, wie es um deine Organisation steht, musst du in der 2. Phase festlegen, welche Marketing Ziele du als nächstes erreichen willst.

Typischerweise beziehen sich Ziele im Marketing auf den Umsatz, den Marktanteil oder die Kunden. Basierend auf den übergeordneten Organisationszielen werden Marketing Ziele abgeleitet und festgesetzt.



Marketing Ziele

Marketingziele werden maßgeblich durch

- den Organisationszweck
- die Vision
- die Organisationskultur
- die Organisationsphilosophie
- die Organisationsziele
- die Ergebnisse der Umwelt- und Unternehmensanalyse beeinflusst.

Marketingziele sind daher keine autonomen Ziele, sondern müssen sich von den Oberzielen der Organisation ableiten, denn die Erfüllung von Marketingzielen dient letztlich der Realisierung von den organisatorischen Oberzielen.

Marketing-Ziele sind die marktgerichteten Organisationsziele.

S

M

A

R

T

spezifisch

messbar

attraktiv

realistisch

terminiert

Ich möchte einen Unternehmensblog betreiben, der sich an Menschen in Organisationen richtet.

Ich möchte zwei Blogbeiträge pro Woche veröffentlichen.

Ich möchte Menschen helfen, in dem sie von den Erfahrungen anderer Menschen profitieren.

Mein Ziel ist anspruchsvoll, aber mit Hilfe von Gastautoren zu erreichen.

Die Beiträge sollen immer Montags und Donnerstags erscheinen.
Startdatum ist 17.01.2019.

Ökonomische Ziele einer Organisation

- Gewinn / Rentabilität
- Deckungsbeitrag / Return-on-Investment
- Wachstum (Umsatz / Absatz / Gewinn)
- Kapazitäten
- Sicherheit (Risikostreuung)
- Marktstellung / Marktanteil

Nicht-Ökonomische Zielsetzungen

- Anknüpfung an mentale Prozesse der Kund*innen
- Kund*innenbindung
- Kund*innenzufriedenheit
- Bekanntheitsgrad
- Einstellungen (Image / Sympathie)
- Wissenswirkungen