



Konzeption

Die Marketing-Konzeption verfolgt das Ziel, die eigene Strategie des zukünftigen Markteintritts unter Berücksichtigung aller relevanten Randbedingungen und Entwicklungstendenzen festzulegen. Bei den zu erarbeitenden Inhalten geht es einerseits um die Analyse der Istsituation, andererseits um die Prognose der Markt- und Wettbewerbsentwicklung und schließlich um die Umsetzung strategischer Überlegungen durch Instrumente des Marketingmix.

- Analyse der Istsituation
- Typisierten Kaufprozess ermitteln
- Prognose der Markt- und Wettbewerbsentwicklung
- Strategische Zielsetzung
- Marketing-Umsetzung