

Zusammenfassung: Checkliste - Marketingpotential

Die noch bestehenden Defizite von Handwerksbetrieben im Umgang mit Marketinginstrumenten veranlasste die Handwerkskammer Südthüringen, ein Projekt zur Erstellung einer Checkliste zu Marketingpotentialen anzustoßen. In ihm ging es insbesondere darum, ein Arbeitsmittel für Unternehmer und leitende Angestellte zu entwickeln, das auch ohne nennenswerte betriebswirtschaftliche Ausbildung handhabbar ist. Ziel der Checkliste ist die Analyse der eigenen Marketingaktivitäten und deren Überprüfung auf Zweckmäßigkeit und Umfang. Damit lassen sich die häufigsten Schwachstellen erkennen, um sie kurzfristig beseitigen zu können.

Die Checkliste ist in 4 Abschnitte zu den relevantesten Marketing Bereichen unterteilt, die auch in der Praxis aufeinander aufbauen sollten: Marktanalyse, Konkurrenzanalyse, Preispolitik und Marktauftritt. Zu jedem dieser Abschnitte sind 3 Fragen formuliert, und eine Skala lässt eine grobe Selbstbeurteilung des betreffenden Handwerksbetriebs zu.

Zusammenfassungen und Kurzbeschreibungen zu jedem Abschnitt ermöglichen ein schnelles Erfassen der wesentlichen Inhalte und Ziele der einzelnen Marketing-Bereiche.

Selbsterkannte Schwachstellen können somit in einen übergreifenden Kontext gebracht werden. Jeder Abschnitt schließt mit einer Auflistung wesentlicher Marketing-Instrumente für die einzelnen Marketing-Bereiche, so daß unmittelbar auf Lösungsmöglichkeiten hingewiesen wird.

IHW, 2001, 6 Seiten, Euro 1,80 (Bei Großabnahme Preis auf Anfrage)