

**Evaluieren der Unternehmens-Strategie**

z. B. auf Basis des imc Strategie Assessments  
(Link => imc Strategie Assessment™)

**Evaluieren der Strategischen Marketing-Ausrichtung, z.B.:**

- Zieldefintion
- Marktauswahl
- Marktsegmentierung
- Marktabdeckung (national, international)
- Marktteilnehmer

**Evaluieren des Einsatzes von Strategischen Marketing-Analyse-Tools, z.B.:**

- SWOT-Analyse
- Lebenszyklusanalyse
- Positionierungsanalyse
  - Marke
  - Produkt
  - Konkurrenz, etc.
- Portfolioanalyse
- Marktforschung
  - Kauf- & Käufer-Verhalten
  - Bedarfs-Entstehung
  - Kauf-Bereitschaft
  - Nachfrage
  - Erstkauf
  - Nutzung
  - Nachkauf etc.)
- Markt-Prognose

**Evaluieren der Produkt-Politik, z.B.:**

- Entwicklung
- Planung
- Positionierung
- USP Unique Selling Proposition (= Einzigartigkeit)
- Produkt-Lebens-Zyklus
- Produkt-Innovation, etc.

**Evaluieren der Marken-Politik, z.B.:**

- Marken-Strategie & -Führung
- Einzigartigkeit
- Differenzierung
- Kundenbindung
- Marken-Artikel, Handels-Marke, Verbund-Marke, NoName, etc.)

**Evaluieren der Verpackungs-Politik, z.B.:**

- Produkt-Präsentation & -attraktivität
- Produkt-Schutz
- Transport
- Differenzierung, etc.)

Evaluieren der **Service**-Politik, z.B.:

- Beratung
- Planung
- Lieferung
- Installation
- Garantie
- Kundendienst/Service
- Value Added Services, etc.

Evaluieren der **Sortiments**-Politik, z. B.:

- Kosten-Optimierung
- Risiko-Streuung
- Rationalisierung Lagerhaltung, etc.

Evaluieren der **Preis**-Politik, z.B.:

- Kosten -orientiert
- Nachfrage - orientiert
- Konkurrenz -orientiert
- Deckungsbeitrag - orientiert
- Break-Even-Analyse, etc.

Evaluieren der **Kommunikations**-Politik, zB.:

- Kommunikationsplanung
- Werbe-Strategie & Ziele
- Werbe-Budgets (inkl. StreuPlanung)
- Werbe-Botschaft
- Werbe-Medien-Planung
  - Elektronisch
  - Print
  - O&O Out of Home (z.B.: Plakat, etc)
  - Online
  - Social Media, etc.
- Verkaufsförderung
- Direct bzw. Dialog-Kommunikation
- Public Relations
- Corporate Identity
- Kundenbindung
- Sponsoring
- Werbe-Wirksamkeits-Controlling

Evaluieren der **Angebots**-Politik, z.B.:

- Ausschreibungswesen im Marketing
- Agentur-Ausschreibungen, etc.

Evaluieren der **Vertriebs**-Politik, z.B.:

- Vertriebs-Wege
- Arten und Auswahl:

- Direct
- Indirect
- Online
- Multi-channel, etc.)

Evaluieren der **Distributions**-Politik, z.B.:

- Auftrags-Abwicklung
- Lagerhaltung
- Transport
- Retouren
- Emballagen, etc.)

Evaluieren der **Marketing-Organisation**

- Anforderungen
- Aus- und Ablauf-Organisation
- Produkt- & Channel-Manager, etc.

Evaluieren des gesamten **Marketing Mix**, z.B.:

- Planung
- Umsetzung

Evaluieren des **Marketing-Controlling**. z.B.:

- Effektivität
- Effizienz
- Marketing-Prozesse

Evaluieren von **Branchen-Marketing**, z.B.:

- Konsumgüter
- Industriegüter
- Dienstleistung
- Handels
- Non-Profit