

Checkliste zur Erstellung einer Marketingstrategie

1. Ziele festlegen

- Was möchten Sie mit Ihrer Marketingstrategie erreichen? Möchten Sie z. B. die Bekanntheit Ihres Vereins/Verbands erhöhen, Mitgliederzahlen steigern, Spenden erhöhen oder spezielle Veranstaltungen bewerben?

2. Zielgruppen definieren

- Wer sind Ihre Hauptzielgruppen? Mitglieder, potenzielle Mitglieder, Spender, die Öffentlichkeit?
- Was sind ihre Interessen und Bedürfnisse? Wie können Sie diese am besten ansprechen?

3. Wettbewerbsanalyse durchführen

- Wer sind Ihre Hauptkonkurrenten? Wie positionieren sie sich?
- Was können Sie von ihnen lernen? Wie können Sie sich von ihnen abheben?

4. Marketing-Mix planen

- Welche Marketinginstrumente werden Sie nutzen? Denken Sie an die "4 P's": Produkt (Ihr Angebot), Preis, Platz (Vertriebskanäle) und Promotion (Kommunikation).
- Wie können Sie diese effektiv einsetzen, um Ihre Ziele zu erreichen und Ihre Zielgruppen zu erreichen?

Checkliste zur Erstellung einer Marketingstrategie

5. Kommunikationsstrategie entwickeln

- Wie werden Sie Ihre Botschaft kommunizieren? Welche Schlüsselbotschaften und Töne werden Sie verwenden?
- Welche Kanäle werden Sie nutzen, z. B. Ihre Website, Newsletter, Social Media, Pressemitteilungen, Veranstaltungen?

6. Budget planen

- Wie viel können Sie für Ihre Marketingaktivitäten ausgeben?
- Wie werden Sie Ihre Ressourcen aufteilen, um die besten Ergebnisse zu erzielen?

7. Umsetzungsplan erstellen

- Wann und wie werden Sie Ihre Marketingaktivitäten durchführen?
- Wer ist für welche Aufgaben verantwortlich?

8. Erfolgsmessung und -bewertung

- Wie werden Sie den Erfolg Ihrer Marketingaktivitäten messen? Denken Sie an Kennzahlen wie Website-Besucher, Social-Media-Engagement, Anzahl der Neumitglieder, Höhe der Spenden.
- Planen Sie regelmäßige Überprüfungen, um Ihre Ergebnisse zu bewerten und Ihre Strategie bei Bedarf anzupassen