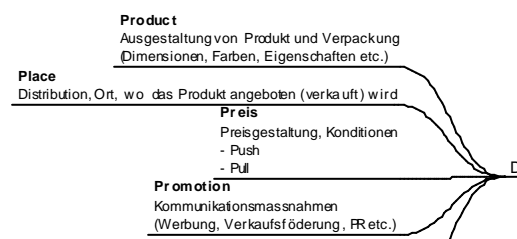
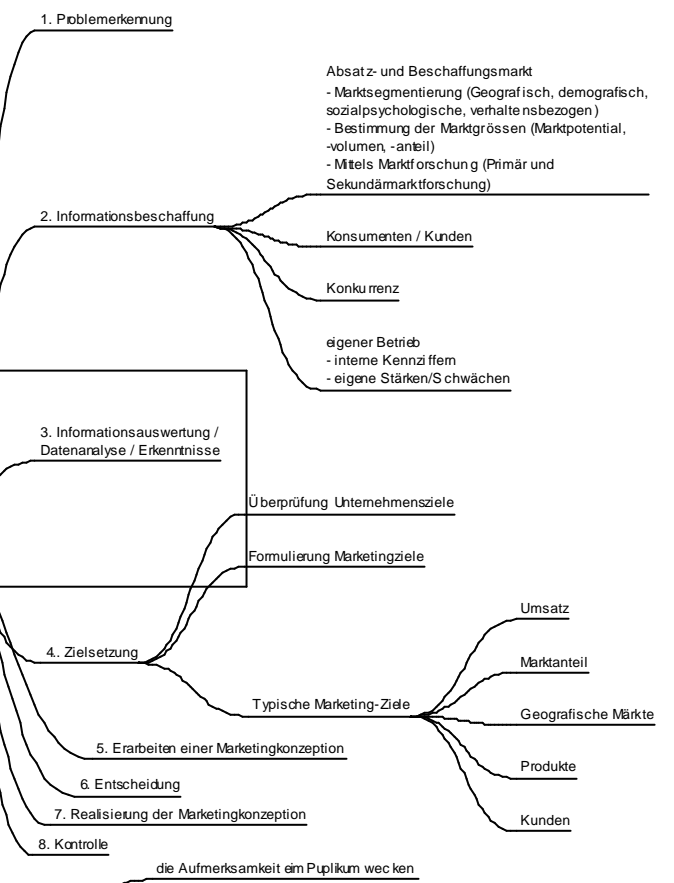




Unter Berücksichtigung der Zielgruppe (5 P's), die möglichen Massnahmen werden in einem optimalen Mix kombiniert, dem Marketing Mix. Wenn der Entscheid zur Durchführung der Marketingmassnahmen gefallen ist, wird ein Aktivitätenplan mit genauen Terminen und Verantwortlichkeiten festgelegt und dieser durchgeführt. Eine genaue Kontrolle der Resultate zeigt, welche Massnahmen erfolgreich waren, beziehungsweise, wo Korrekturen nötig sind.

1. Marktuntersuchung
2. Produkt- und Sortimentsgestaltung
3. Preisgestaltung
4. Werbung



**People (Zielgruppe)**  
Definition der Anspruchsgruppen, bestimmt Art des Kommunikationsauftrittes

