

Marketing Strategie Checkliste

Checkliste: Marketing Strategie

Diese Checkliste hilft dir dabei, eine strukturierte und zielgerichtete Marketingstrategie zu entwickeln und nachhaltig erfolgreich umzusetzen.

1. Zielgruppe & Marktverständnis

Ist klar definiert, wen du mit deinem Marketing erreichen möchtest?

- Zielgruppe definiert:** Ist deine Zielgruppe klar beschrieben und eingegrenzt?
Beispiel: B2B Unternehmen aus dem Bereich IT-Dienstleistungen
- Bedürfnisse analysiert:** Sind die Probleme und Bedürfnisse der Zielgruppe bekannt?
Beispiel: Bedarf an mehr qualifizierten Leads oder digitaler Sichtbarkeit
- Kaufverhalten verstanden:** Weißt du, wie deine Zielgruppe Entscheidungen trifft?
Beispiel: Vergleich mehrerer Anbieter vor einer Anfrage
- Persona erstellt:** Gibt es konkrete Kundenprofile als Orientierung?
Beispiel: „Marketing Managerin, 35 Jahre, mittelständisches Unternehmen“

2. Ziele & Ausrichtung

Sind klare und messbare Marketingziele definiert?

- Marketingziele definiert:** Sind konkrete Ziele festgelegt?
Beispiel: Steigerung der monatlichen Leads um 30 %
- KPIs festgelegt:** Wird der Erfolg anhand klarer Kennzahlen gemessen?
Beispiel: Conversion Rate, Website-Traffic, Cost per Lead
- Strategische Ausrichtung klar:** Passt die Strategie zur Unternehmensvision?
Beispiel: Fokus auf digitale Leadgenerierung statt klassische Werbung
- Prioritäten gesetzt:** Sind die wichtigsten Ziele priorisiert?
Beispiel: Leadgenerierung vor Branding-Maßnahmen

3. Kanäle & Reichweite

Sind die passenden Marketingkanäle ausgewählt und sinnvoll genutzt?

- Marketingkanäle definiert:** Welche Kanäle werden aktiv genutzt?
Beispiel: SEO, LinkedIn, E-Mail-Marketing
- Kanäle zur Zielgruppe passend:** Sind die Kanäle dort, wo deine Zielgruppe aktiv ist?
Beispiel: LinkedIn für B2B statt Instagram
- Kanäle priorisiert:** Sind die wichtigsten Kanäle klar fokussiert?
Beispiel: SEO als Hauptkanal, Social Media unterstützend
- Budget verteilt:** Ist das Marketingbudget sinnvoll aufgeteilt?
Beispiel: 60 % SEO, 30 % Ads, 10 % Tools

4. Inhalte & Kommunikation

Ist eine klare Content-Strategie für alle Kanäle vorhanden?

- Content-Strategie erstellt:** Sind Inhalte strategisch geplant?
Beispiel: Blogartikel, Case Studies, Whitepaper
- Themen abgestimmt:** Passen die Inhalte zur Zielgruppe und ihren Problemen?
Beispiel: „So generierst du mehr B2B Leads“
- Content Formate definiert:** Werden verschiedene Formate genutzt?
Beispiel: Blog, Video, Social Media Posts
- Redaktionsplan vorhanden:** Gibt es einen festen Veröffentlichungsplan?
Beispiel: 2 Blogartikel pro Monat

5. Analyse & Optimierung

Wird die Marketingstrategie regelmäßig überprüft und verbessert?

- Erfolg gemessen:** Werden Marketingmaßnahmen ausgewertet?
Beispiel: Anzahl der generierten Leads pro Kanal
- KPIs regelmäßig überprüft:** Werden Kennzahlen kontinuierlich analysiert?
Beispiel: Monatliches Reporting in Google Analytics
- Maßnahmen optimiert:** Werden Erkenntnisse in die Strategie zurückgeführt?
Beispiel: Fokus auf Kanäle mit niedrigem CPL
- Reporting vorhanden:** Gibt es regelmäßige Auswertungen?
Beispiel: Monatsreport für Marketing-Performance

Disclaimer: Diese Checkliste dient ausschließlich als allgemeiner Leitfaden und stellt keine rechtliche Beratung oder eine professionelle technische Prüfung dar. Sie ersetzt weder eine individuelle fachliche Bewertung noch eine detaillierte Analyse durch qualifizierte Experten. Es wird empfohlen, bei Bedarf eine vertiefte Prüfung sowie Unterstützung durch entsprechende Fachleute in Anspruch zu nehmen.