

HM 16

Checkliste Vermarktung

Die Checkliste dient als Gedankenstütze für die Vermarktungsaktivitäten.

Die Vermarktungsaktivitäten wurden unter Berücksichtigung folgender Aspekte geplant:

- Ziele
- Massnahmen
- Ressourcen (finanziell und personell)

Die Vermarktung erfolgt über:

- Direkte Kanäle (eigenes Unternehmen)
- Indirekte Kanäle (Markenpartner, Handel etc.)

Es werden folgende Kanäle verwendet:

- Website
- Social Media (Facebook, Twitter etc.)
- Briefpapier und E-Mail-Signaturen
- Newsletter
- Direct Mailing
- Flyer
- Werbeinserate
- Promotionen
- Veranstaltungen
- Messen/Ausstellungen
- Pressemitteilung/Medienkonferenz

Die Informationen sind übersichtlich, anschaulich und wecken Emotionen:

- Einfache, verständliche Texte
- Authentische Fotos
- Einzigartige Geschichte zum Produkt und/oder zum Entstehungs-/Produktionsprozess

Die für Marketingzwecke verwendeten Materialien sind:

- Umweltfreundlich
- Lokal/regional produziert bzw. bedruckt