

DAS MARKETING-HAUS

Bevor Sie mit dem operativen Marketing und Vertrieb beginnen – d.h. Ihre Maßnahmen und Aktivitäten umsetzen – brauchen Sie Ihre Marketing-Strategie. Das Marketing-Haus dient Ihnen als Basis für Ihr erfolgreiches Marketing und den erfolgreichen Vertrieb.

Sie brauchen eine „interne Strategie“ und eine „externe Strategie“.

Bei der **internen Strategie** geht es um die Definition Ihrer Zielgruppen:

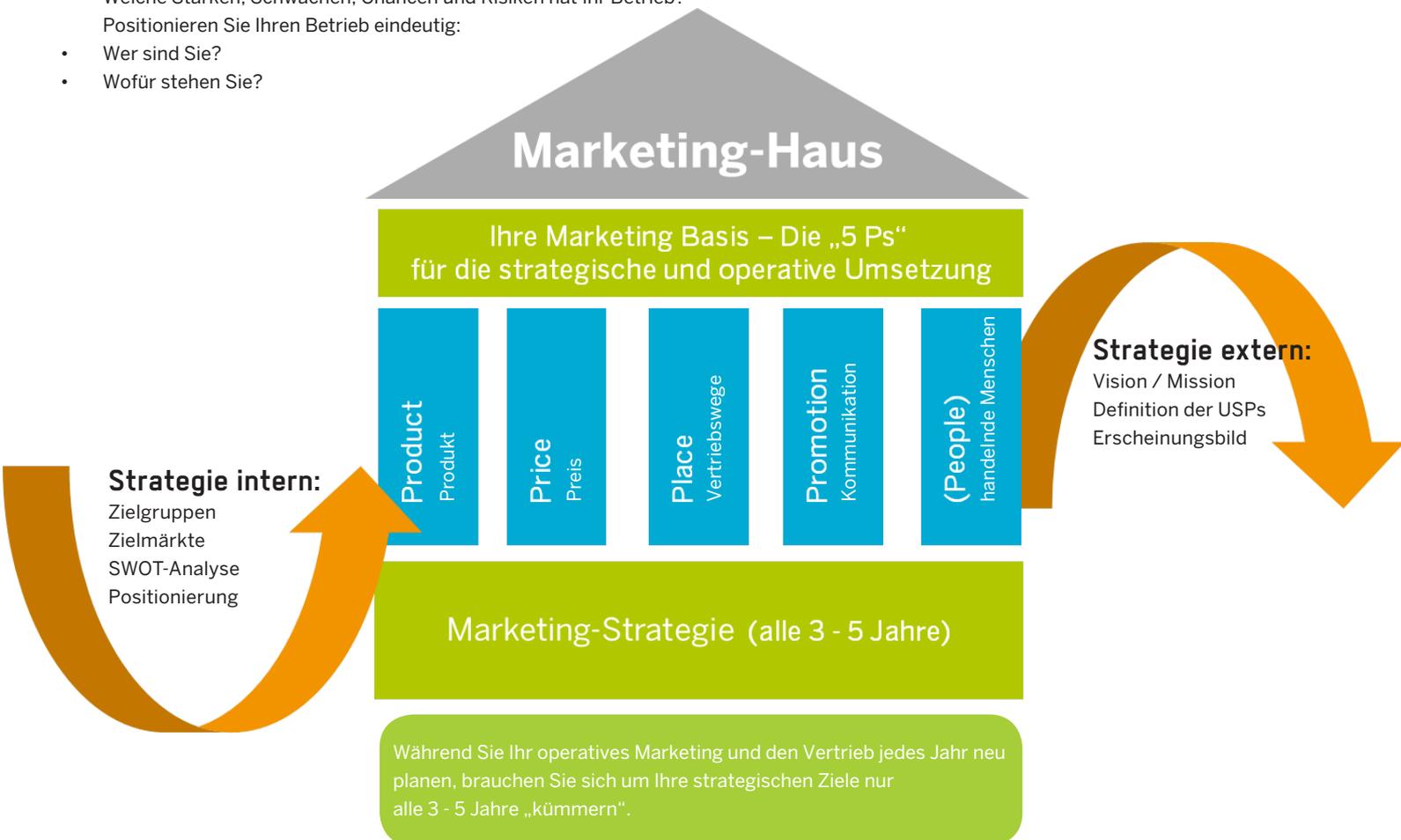
- Wen möchten Sie ansprechen?
- Welcher Gast passt zu Ihnen?
- Für welchen Gast haben Sie das richtige Angebot?

Und um die Definition Ihrer Zielmärkte:

- Aus welchen Regionen, Bundesländern, Ländern kommen Ihre Gäste?
- Welche Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken hat Ihr Betrieb?

Positionieren Sie Ihren Betrieb eindeutig:

- Wer sind Sie?
- Wofür stehen Sie?



Bei der **externen Strategie** geht es um Ihre betriebliche Vision und Mission:

- Was sind Ihre betrieblichen Schwerpunkte?
- Welche Alleinstellungsmerkmale haben Sie?

Egal wie klein oder groß Ihr Betrieb ist: Sie sollten ein einheitliches Erscheinungsbild haben - eine Marke sein. Dazu sollten Sie Ihr Logo, Ihr Corporate Design, Ihr Layout von Publikationen, Ihre Website einheitlich gestalten.