

Budgetentwicklung für eine Kampagne

Der Markt

1. Wie hoch ist das Marktvolumen?
2. Wie hoch ist das Marktpotential?
3. Wie verhält sich das Marktwachstum?
4. Wie ist der Markt aufgeteilt?
5. Wie groß ist die Käuferschicht?
 - 5.1. real
 - 5.2. potentiell
6. Wie hoch ist die Inflationsrate?

Die eigene Marktstellung

1. Wie ist die Umsatzentwicklung?
 - 1.1. real
 - 1.2. geplant
2. Wie ist die Gewinnentwicklung?
 - 2.1. real
 - 2.2. geplant
3. Wie hoch ist unser Marktanteil?
 - 3.1. real
 - 3.2. geplant
4. Wie hoch ist der Deckungsbeitrag?
 - 4.1. absolut
 - 4.2. real
 - 4.3. per Marktanteil
5. Wie hoch sind die Werbekosten?
 - 5.1. in % vom Umsatz
 - 5.2. in % vom Gewinn
6. Wie ist die Korrelation zwischen Werbekosten-Umsatz-Beziehung und Marktanteil?
7. Wie stellt sich bei Umsatzverbesserung ein Fixkostendegression dar?
8. Wie ist die Marktanteil-Werbekosten-Beziehung?
9. Wie hoch sind die eigenen Werbekosten je Marktanteils punkt?



Die Mitbewerber

1. Wie sind die Umsätze und Gewinne der Mitbewerber?
2. Wie hoch sind die Werbeaufwendungen der Mitbewerber?
3. Wie ist die branchenübliche Werbekosten-Umsatz-Beziehung?
4. Wie ist die Marktanteil-Werbekosten-Beziehung der Mitbewerber?

Die Anforderungen

1. Wie stellt sich eine optimale Reichweite in der Zielgruppe dar?
 - 1.1. Kunde
 - 1.2. potentieller Kunde
 - 1.3. Kunden der Konkurrenz
2. Wie häufig sollte ein Werbekontakt stattfinden?
3. Welche Werbemittel sollen eingesetzt werden?
4. Wie lang ist des Planungszeitraums?