

Checkliste Aufbau eines Mobile Marketing-Konzeptes

1. Situationsanalyse/Ausgangslage

- Unternehmenskonzept
- Marketingkonzept: Marketingsituationsanalyse, Marketingstrategie
- Problemstellung
- Konkreter Auftrag (z.B. von der Geschäftsleitung)
- Unternehmensbezogene Vorgaben und Rahmenbedingungen (z.B. CI, Budgets etc.)
- Bestehende Unternehmens- und Marketingkommunikation
- Bezug der eigenen Zielgruppen zu mobilen Diensten bzw. zu Mobile Marketing
- Studien und eigene Erfahrungen bezüglich Mobile Marketing
- Budget-Rahmen

2. Zielsetzungen

- Zielgruppen
- Marketingziele: Umsatz, Deckungsbeiträge, Marktanteile, Aufbau einer strategischen Erfolgsposition
- Kommunikationsziele: Bekanntheit, Wissen, Image, Verhalten
- Zielgebiet
- Zeitraum
- Aktionsbezogene Ziele: Responseraten, Direktverkäufe, Produktanfragen, Offertanfragen etc.

3. Mobile Marketing-Strategie

- Definition der Rolle und Priorität von Mobile Marketing
 - Test oder wichtiges Instrument, um sich gegenüber den Mitbewerbern zu profilieren
 - Reines Kommunikationsinstrument oder Ausdehnung auf weitere Marketinginstrumente
 - Hohe oder niedere Priorität
- Abstimmung zu den anderen Marketinginstrumenten und zu laufenden Kommunikations-Kampagnen
- Schwerpunkte bei der Wahl der Mobile Marketing-Instrumente (siehe Checkliste "Instrumente des Mobile Marketings")
- Vorgehen bezüglich der Adressbeschaffung (intern/extern)
- Vorgehen bezüglich der Durchführung von Mobile Marketing-Kampagnen (intern/extern)
- Entscheide bezüglich technischen Lösungen (intern/extern)
- Grundsätze bezüglich Botschaften und Gestaltung von Mobile-Marketing-Kampagnen

4. Massnahmen/Termine/Organisation

- Massnahmenplan zur Umsetzung der Mobile Marketing-Strategie
 - Raster: Massnahmen, Zielgruppen, Termine, Verantwortlichkeiten

5. Budget

- Konzeption
- Produktion der Botschaften / Werbemittel: Texte, Bilder, multimediale Umsetzung
- Kosten für externe Anbieter von mobilen Diensten (z.B. Sponsoring von Informationsdiensten)
- Adressbeschaffung
- Technische Lösungen (falls Marketing-Budget), Anpassungen bestehender Systeme für Mobile Marketing
- Hosting und Verwaltung mobiler Anwendungen und Datenbanken
- Versandkosten (SMS- und MMS-Messaging-Abwicklung, Rücklaufbearbeitung)

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>

Aufbau eines Mobile Marketing-Konzeptes

- Kosten externer Stellen (Berater etc.)
- Kosten für Analysen und Auswertungen
- Reserve für Unvorhergesehenes

6. Erfolgskontrollen

- Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- Auswertungen von Rückläufen und Reaktionen
- Befragungen in der Zielgruppe zur Eruiierung der Werbeziele Bekanntheit, Wissen, Image und Verhalten
- Pre-Testing: Tests vor der Lancierung der Kampagne

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>