Marketingziele leiten sich von den Unternehmenszielen ab

MarketingZiele

19.05.2003 - v4

Unternehmensziele

Untersuchung von
Raffee/Fritz 1992

- Kundenzufriedenheit
- Sicherung des Unternehmens-bestandes
- Wettbewerbsfähigkeit
- Qualität des Angebotes
- Langfristige Gewinnerzielung
- Kosteneinsparung
- Kapazitätsauslastung
- Rentabilität des Gesamtkapitals

qualitative

- Bekanntheitsgrad
- Image
- CI
- Vertrauen
- Qualität
- Zuverlässigkeit

quantitative

- Umsatz
- Gewinn
- Wachstum
- Marktanteil
- Kostenziele
- Marktführerschaft