

Marketing

SMART-Methode

S	Specific	Spezifisch	Unsere Marketing-Ziele müssen eindeutig definiert sein. Und an einem überschaubaren Rahmen orientiert sein.
M	Measurable	Messbar	Die Marketing-Ziele müssen während und nach der Maßnahme messbar sein.
A	Activating	Aktivierend	Die Marketing-Ziele müssen für das Unternehmen erstrebenswert und erreichbar sein und somit sinnvollerweise einem bestimmten Verantwortlichen zugewiesen werden.
R	Realistic	Realistisch	Ziele ohne realistische Umsetzungswahrscheinlichkeit sind sinnlos!
T	Time-bound	Terminiert	Das Marketing-Ziel sollte mit einem Zeitpunkt oder einem Zeitrahmen versehen sein.