umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

VORLAGE ZUM AUSFÜLLEN

Marketing-Mix (4P und 7P)

PROJEKT / TEAM

DATUM

VERSION

1 Zielgruppe und Positionierung

Für wen ist das Angebot? Welches Problem löst es? In einem Satz: Warum wir und nicht die anderen?

2 Produkt

Was verkaufen wir? Welche Merkmale, welcher Nutzen? Was macht es besonders?

3 Preis

Was ist es den Kunden wert? Premium oder günstig? Rabatte, Abo, Staffeln?

4 Platzierung (Vertrieb)

Wo kaufen Kunden? Online, Handel, Partner, direkt? Wie kommt das Produkt zu ihnen?

5 Promotion

Wie erfahren Kunden davon? Werbung, PR, Social Media, Empfehlungen?

6 People (7P)

Wer hat Kundenkontakt? Was müssen diese Leute können?

7 Prozesse (7P)

Wie läuft Kauf, Lieferung und Service ab?

8 Physische Belege (7P)

Was sieht und fühlt der Kunde? Laden, Website, Verpackung

9 Nächste Schritte

Was ändern wir zuerst? Wer macht es bis wann?

Marketing-Mix nach E. Jerome McCarthy (1960), 7P nach Booms und Bitner (1981), Vorlage Florian Knust

Lizenz: CC BY-SA 4.0

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

SO GEHST DU VOR

Marketing-Mix (4P und 7P)

WOFÜR DIE VORLAGE GUT IST

Der Marketing-Mix bringt eure Entscheidungen zu Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation auf eine Seite. Damit seht ihr, ob alles zusammenpasst: Ein Premium-Preis mit Discount-Werbung fällt sofort auf.

SCHRITT FÜR SCHRITT

1. Oben Zielgruppe und Positionierung klären. Alle vier P richten sich danach.
2. Produkt beschreiben: Nutzen vor Merkmalen.
3. Preis festlegen und mit Wettbewerbern vergleichen.
4. Vertriebswege eintragen: Wo sind eure Kunden unterwegs?
5. Promotion planen: Botschaft und Kanäle.
6. Für Dienstleistungen die 7P-Felder unten ergänzen und nächste Schritte festhalten.

TIPPS AUS DER PRAXIS

- Prüft am Ende quer: Passt jedes P zur Positionierung oben?
- Stellt euren Mix neben den des stärksten Wettbewerbers. Die Unterschiede sind eure Argumente.
- Der Mix ist kein Einmal-Dokument. Überprüft ihn nach jedem Quartal.

GRENZEN DER METHODE

Die 4P denken vom eigenen Produkt aus und weniger vom Kunden. Digitale Themen wie SEO, KI oder Community bilden sie nur grob ab. Nutzt sie als Struktur und ergänzt Kundensicht, zum Beispiel mit der Persona-Vorlage.

HERKUNFT

Die 4P stammen von E. Jerome McCarthy (1960). Die Erweiterung auf 7P für Dienstleistungen von Bernard Booms und Mary Jo Bitner (1981).



Florian Knust

Interim CPO, Produkt- und KI-Experte aus Hamburg, Dozent an der Hochschule Fresenius

Diese Vorlagen nutze ich in Interim-Mandaten, Workshops und an der Hochschule. Du willst sie mit deinem Team einsetzen oder brauchst jemanden, der den Workshop moderiert? Schreib mir.

florian.knust@umbrellatoday.de

umbrellatoday.de/florian-knust

ALLE VORLAGEN KOSTENLOS

SWOT, BCG-Matrix, Business Model Canvas, Lean Canvas, Persona, Eisenhower-Matrix und mehr: umbrellatoday.de/downloads

PASSEND DAZU

Persona-Vorlage: umbrellatoday.de/downloads

Lizenz: CC BY-SA 4.0

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

BEISPIEL: TESLA

Marketing-Mix (4P und 7P)

Vereinfachte Einordnung zur Veranschaulichung, keine aktuelle Unternehmensanalyse.

1 Zielgruppe und Positionierung

Technikbegeisterte Autofahrer mit höherem Einkommen, denen Nachhaltigkeit und Innovation wichtig sind. Positionierung: das Elektroauto mit Reichweite, Software und Prestige.

2 Produkt

- Elektroautos mit eigenem Design, hoher Reichweite und starker Beschleunigung.
- Software-Updates über das Internet.
- Steht für Innovation und Nachhaltigkeit.

3 Preis

- Oberes Preissegment. Der Preis signalisiert Qualität und Prestige.
- Preisänderungen direkt und zentral.

4 Platzierung (Vertrieb)

- Verkauf online und in eigenen Showrooms, ohne klassische Autohäuser.
- Damit volle Kontrolle über das Kundenerlebnis.

5 Promotion

- Wenig klassische Werbung.
- Mundpropaganda, PR, Social Media und die Bekanntheit des Gründers.

6 People (7P)

Produktberater im Showroom statt Verkäufer auf Provision.

7 Prozesse (7P)

Bestellung komplett online, Service teils mobil.

8 Physische Belege (7P)

Showrooms in Innenstädten, reduzierte Website.

9 Nächste Schritte

Service-Qualität verbessern, Modellpalette erweitern.

Marketing-Mix nach E. Jerome McCarthy (1960), 7P nach Booms und Bitner (1981), Vorlage Florian Knust

Lizenz: CC BY-SA 4.0