

# Kommunikationsplan

**Kurzbeschreibung:** Leite daraus einen Kommunikationsplan ab. Mit dem Kommunikationsplan werden die Ziele der einzelnen Marketing-Aktionen definiert und aufeinander abgestimmt, so dass die Kommunikation stimmig, effektiv und effizient ist. Dazu braucht es ein klares Kommunikationskonzept.

**Kurzanleitung:** Zuerst werden die Ziele definiert und daraus die konkreten Messgrößen (KPI) abgeleitet. Anschliessend werden die Marketing-Aktionen definiert und verifiziert, welche Kunden damit wirklich erreicht werden. Basierend darauf wird das Budget zugeordnet. Nach Abschluss der Marketingkampagne werden die effektiven Kosten und die Effizienz anhand der KPI beurteilt.

Kampagnen-Bausteine	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>1</b> <b>Ziele:</b> Was ist das jeweilige Ziel der Kampagnen? <i>Beispiel: Bekannt machen der Produkte («Produkt-Launch»)</i>				
<b>2</b> <b>KPI's:</b> Welche konkreten Messgrößen werden verwendet? <i>Beispiel: X% Bekanntheit</i>				
<b>3</b> <b>Marketing-Aktionen:</b> Um welche Aktionen geht es in der Kampagne? <i>Beispiel: Flyer/ Gewinnspiel</i>				

<p><b>Kund:innen:</b> Welche Zielgruppe erreichen wir damit?  <i>Beispiel: X% Bekanntheit</i></p>				
<p><b>Budget:</b> Wieviel Geld haben wir für die Kampagne zur Verfügung?  <i>Beispiel: CHF 10'000.- für Flyerdruck und -distribution</i></p>				
<p><b>Effektive Kosten:</b> Welche Kosten sind tatsächlich angefallen?  <i>Beispiel: X% Bekanntheit</i></p>				
<p><b>Rückblick/ Evaluation:</b> Was hat geklappt und was nicht? Welche KPI wurden erreicht und welche nicht?  <i>Beispiel: Auswertung von KPI XY</i></p>				

Quelle: In Anlehnung an M. Lewrick, P. Link & L. Leifer: Das Design Thinking Toolbook – Die besten Werkzeuge & Methoden (2019)