

Marketing - Strategie

Zielformulierung

Zur Formulierung der Marketing-Ziele hat sich die SMART-Regel bewährt:

S steht für "**spezifisch**"

d.h. die Ziele müssen klar, eindeutig und präzise formuliert sein.

M steht für "**messbar**"

d.h. die Ziele müssen so definiert werden, dass sie überprüfbar sind.

A steht für "**attraktiv & akzeptiert**"

d.h. die Ziele müssen eine Herausforderung darstellen und von allen im Verein angenommen werden.

R steht für "**realistisch**"

d.h. die Ziele müssen auch erreichbar und umsetzbar sein.

T steht für "**terminiert**"

d.h. die Ziele müssen klar definierte Zeitangaben haben (Anfang und Ende).

Zur SMART-Methode finden Sie weitere Informationen im **Artikel** „[Mit der SMART-Formel attraktive Ziele setzen](#)“.