

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](#)“.