

Marketing mit Excel

Von
Professor Dr. Peter Haas
unter Mitarbeit
von
Heiko Fritz

2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	11
Einführung.....	13
Ausgangslage.....	13
Ziele.....	13
Darstellungsweisen.....	14
Modellauswahl.....	14
Technische Bemerkungen.....	15
Installationshinweise für Excel.....	16
Teil I POSITIONIERUNGSANALYSE UND POSITIONIERUNGSSTRATEGIE.....	19
1 Umsatz nach Regionen.....	21
1.1 Arbeitsschritte.....	21
1.1.1 Erstellen der Tabelle (REG.XLS).....	21
1.1.2 Grafische Darstellung der Tabelle.....	28
1.1.3 Dateibefehle.....	29
1.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	31
1.2.1 Quickinfo.....	31
1.2.2 Office-Assistent.....	32
1.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	33
1.3.1 Grundsatzfragen.....	33
1.3.2 Erschließungsgrad (Markterschließung).....	34
2 Alternative Kosten- und Umsatzkonstellationen.....	37
2.1 Arbeitsschritte.....	37
2.1.1 Erstellen der Tabelle (SIM.XLS).....	37
2.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten.....	52
2.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	56
2.2.1 Fehler-Detektiv.....	56
2.2.2 Automatische Teilergebnisse.....	57
2.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	57
2.3.1 Voraussetzungen der Simulation.....	57
2.3.2 Simulation von Budgetzahlen (SIMBUD.XLS).....	58

3	Stärken und Schwächen des Unternehmens	65
3.1	Arbeitsschritte	65
3.1.1	Erstellen der Tabelle (SKAL.XLS)	65
3.1.2	Verbesserung des Erscheinungsbildes	69
3.2	Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	71
3.2.1	Portfolio-Tabelle (PORTFOL.XLS)	71
3.2.2	Portfolio-Diagramm	73
3.3	Zusatzinformationen zum Marketing	77
3.3.1	Merkmale für Stärken und Schwächen	77
3.3.2	Konkurrenz dossiers als Daueraufgabe (KDOSS.XLS)	80
4	Imageprofil des Unternehmens	83
4.1	Arbeitsschritte	83
4.1.1	Erstellen der Tabelle (IMA.XLS)	83
4.1.2	Grafische Darstellung von Tabellendaten	87
4.2	Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	91
4.2.1	Liniendiagramm (UNTBILD.XLS)	91
4.2.2	Profildiagramm (UNTB-PRF.XLS)	94
4.3	Zusatzinformationen zum Marketing	95
4.3.1	Image durch Positionierung	95
4.3.2	Prinzipien der Imagebildung	96
5	Analyse des Standorts	97
5.1	Arbeitsschritte	97
5.1.1	Erstellen der Tabelle (ORT.XLS)	97
5.1.2	Grafische Darstellung von Tabellendaten	101
5.2	Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	103
5.2.1	Formatvorlage für Zellen	103
5.2.2	Name der Formatvorlage	103
5.3	Zusatzinformationen zum Marketing	105
5.3.1	Ausgewählte Standortmerkmale (ORT-M.XLS)	105
5.3.2	Kaufkraftanalyse (KAUFK.XLS)	107
6	Qualitätsprofil des Angebots	109
6.1	Arbeitsschritte	109
6.1.1	Erstellen der Tabelle (QUAL.XLS)	109
6.1.2	Grafische Darstellung von Tabellendaten	110

6.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	114
6.2.1 IntelliSense-Technologie.....	114
6.2.2 Formatvorlage - Zusammenführen.....	115
6.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	115
6.3.1 Kundenbezogene Differenzierungsstrategien.....	115
6.3.2 Konkurrenzbezogene Differenzierungsstrategie.....	116
7 Analyse und Bestimmung von Zielgruppen.....	117
7.1 Arbeitsschritte.....	117
7.1.1 Erstellen der Tabelle (KUND-DB.XLS).....	117
7.1.2 Gliederung der Tabelle.....	121
7.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	122
7.2.1 Pivot-Tabellen.....	122
7.2.2 Steuerelemente-Toolbox.....	126
7.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	127
7.3.1 Zielgruppenanpassung.....	127
7.3.2 Euro-Styles (STYLE.XLS).....	128
8 Analyse und Bestimmung von Segmenten.....	131
8.1 Arbeitsschritte.....	131
8.1.1 Erstellen der Tabelle (SEG.XLS).....	131
8.1.2 Verbesserung der Übersicht durch grafische Objekte.....	134
8.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	136
8.2.1 Objektmanipulation.....	136
8.2.2 Editieren im Dokument.....	139
8.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	139
8.3.1 Kriterien der Segmentierung.....	139
8.3.2 Segmentbezogene Analyse und Entscheidung.....	139
Teil II PRODUKTPOLITIK.....	141
9 Programmanalyse.....	143
9.1 Arbeitsschritte.....	143
9.1.1 Erstellen der Tabelle (PROGAN-V.XLS).....	143
9.1.2 Ergänzung der Tabelle.....	146
9.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	147
9.2.1 Markieren mit der Maus.....	147
9.2.2 Markieren mit der Tastatur.....	148

9.3 Zusatzinformationen zum Marketing	149
9.3.1 Analyse der Programmreduktion (PROGAN-R.XLS)	149
9.3.2 Analyse mit Teilkosten (PROGAN-T.XLS)	150
9.3.3 Analyse mit Prozeßkosten im Vergleich zur Zuschlagskalkulation (ELIM.XLS)	152
10 Engpaßmanagement.....	163
10.1 Arbeitsschritte	163
10.1.1 Erstellen der Tabelle (ENGPASS.XLS)	163
10.1.2 Ergänzung der Tabelle	167
10.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	169
10.2.1 Datum	169
10.2.2 Uhrzeit	170
10.3 Zusatzinformationen zum Marketing	171
10.3.1 Engpaß-Deckungsbeitrag	171
10.3.2 Zusatzauftrag ohne Kapazitätsengpaß (ZUSATZ.XLS) ...	172
11 Produkteinzelanalyse.....	175
11.1 Arbeitsschritte	175
11.1.1 Erstellen der Tabelle (HART.XLS)	175
11.1.2 Ergänzung der Tabelle	180
11.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	181
11.2.1 Dateiformate beim Speichern	181
11.2.2 Mustervorlagen	181
11.3 Zusatzinformationen zum Marketing	182
11.3.1 Analyse der Marktattraktivität (ATTR.XLS)	182
11.3.2 Analyse der Produktstärke (PRODSTAR.XLS)	183
12 Statische Prognoserechnung.....	185
12.1 Arbeitsschritte	185
12.1.1 Erstellen der Tabelle (PROGNOSE.XLS)	185
12.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten	189
12.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	190
12.2.1 Typen der Trendanalyse	190
12.2.2 Optionen der Trendanalyse	191
12.3 Zusatzinformationen zum Marketing	191
12.3.1 Probleme von Prognosen	191
12.3.2 Entwicklungsrechnung (TREND.XLS)	192

13 Dynamische Prognoserechnung	193
13.1 Arbeitsschritte.....	193
13.1.1 Erstellen der Tabelle (PROJEKT.XLS).....	193
13.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten	196
13.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	198
13.2.1 Direkte Arbeit mit Objekten (Object Linking and Embedding).....	198
13.2.2 Speicherunabhängige Verknüpfungen	198
13.3 Zusatzinformationen zum Marketing	199
13.3.1 Kapitalwert (KW.XLS).....	199
13.3.2 Interner Zinsfuß (IZF.XLS).....	200
14 Risikorechnung	203
14.1 Arbeitsschritte.....	203
14.1.1 Erstellen der Tabelle (MONTE-C.XLS).....	203
14.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten	208
14.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	209
14.2.1 Funktion „SVERWEIS“.....	209
14.2.2 Funktion „HÄUFIGKEIT“.....	210
14.3 Zusatzinformationen zum Marketing	211
14.3.1 Vorgehen bei der Risikorechnung	211
14.3.2 Prioritätenanalyse (PRIOR.XLS).....	212
15 Produktvariantenanalyse	217
15.1 Arbeitsschritte.....	217
15.1.1 Erstellen der Tabelle (ABWEICH.XLS).....	217
15.1.2 Ergänzung der Tabelle	222
15.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation	223
15.2.1 Sortieren über das Daten-Menü.....	223
15.2.2 Sortieren über Mausknöpfe.....	224
15.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	224
15.3.1 Kumulationstabelle (ABC-PROG.XLS).....	224
15.3.2 Kumulationsdiagramm (ABC-PROG.XLC).....	225

Teil III PREISPOLITIK.....	227
16 Retrograde Deckungsbeitragskalkulation.....	229
16.1 Arbeitsschritte.....	229
16.1.1 Erstellen der Tabelle (RETKALK.XLS).....	229
16.1.2 Formatierung mit der Symbolleiste.....	231
16.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	234
16.2.1 Benutzerdefinierte Formate.....	234
16.2.2 Bedingte Zahlenformate.....	234
16.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	235
16.3.1 Retrograder Kalkulationsansatz.....	235
16.3.2 Aspekte der Deckungsbeitragsrechnung.....	235
17 Target-Costing.....	237
17.1 Arbeitsschritte.....	237
17.1.1 Erstellen der Tabelle (TARGET.XLS).....	237
17.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten.....	241
17.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	242
17.2.1 Definition eines Formats.....	242
17.2.2 Löschen eines Formats.....	243
17.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	243
17.3.1 Rentabilität als Orientierungsgröße (ROI.XLS).....	243
17.3.2 Wertkettenkonzept (WERTK.XLS).....	246
17.3.3 Target-Costing mit der Conjoint-Analyse (CONJOINT.XLS).....	251
18 Mengensorientierte Preisbildung.....	259
18.1 Arbeitsschritte.....	259
18.1.1 Erstellen der Tabelle (MENG.XLS).....	259
18.1.2 Szenario-Manager.....	263
18.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	266
18.2.1 Text mit Zahlenformat.....	266
18.2.2 Währungsformat.....	267
18.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	267
18.3.1 Gewinnschwellenkonzept.....	267
18.3.2 Konstanter Deckungsbeitrag (SDB.XLS).....	269
18.3.3 Prozeßkosten im Vergleich mit Zuschlagskosten.....	270

19 Kostenbestimmte Preisuntergrenze.....	277
19.1 Arbeitsschritte.....	277
19.1.1 Erstellen der Grundtabelle (PUG.XLS).....	277
19.1.2 Erweiterung der Tabelle.....	280
19.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	283
19.2.1 Anpassung der Zeilenhöhe.....	283
19.2.2 Ausblenden von Spalten.....	283
19.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	283
19.3.1 Skontovariation.....	283
19.3.2 Rabattstaffeln.....	284
20 Kalkulatorischer Ausgleich.....	287
20.1 Arbeitsschritte.....	287
20.1.1 Erstellen der Tabelle (AUSGL.XLS).....	287
20.1.2 Zielwertsuche.....	290
20.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	292
20.2.1 Schaltflächen-Editor.....	292
20.2.2 Datei-Info.....	293
20.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	294
20.3.1 Notwendigkeit der Ausgleichskalkulation.....	294
20.3.2 Preisbestimmung durch Hersteller.....	295
Teil IV DISTRIBUTIONSPOLITIK.....	297
21 Außendienstmitarbeiterwahl.....	299
21.1 Arbeitsschritte.....	299
21.1.1 Erstellen der Tabelle (WAHL.XLS).....	299
21.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten.....	301
21.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	303
21.2.1 Öffnen mehrerer Dateien und Mappen.....	303
21.2.2 Zeilbezogene Notizen.....	304
21.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	304
21.3.1 Vorauswahl des Verkäufers (VKW_1.XLS).....	304
21.3.2 Interview mit Punktvergabe (VKW_2.XLS).....	305

22 Außendienstvergütung.....	307
22.1 Arbeitsschritte.....	307
22.1.1 Erstellen der Tabelle (PROV.XLS).....	307
22.1.2 Berechnung der Deckungsbeitragsprovision.....	312
22.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	314
22.2.1 Einfache Bedingung.....	314
22.2.2 Geschachtelte Bedingung (JUP.XLS).....	315
22.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	318
22.3.1 Provision nach Deckungsbeiträgen.....	318
22.3.2 Prämiensysteme (PRÄM.XLS/NUP.XLS).....	318
23 Auftragsgrößenpolitik.....	321
23.1 Arbeitsschritte.....	321
23.1.1 Erstellen der Tabelle (UAUF.XLS).....	321
23.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten.....	325
23.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	326
23.2.1 Werte statt Formeln.....	326
23.2.2 Rahmen und Schraffür.....	327
23.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	327
23.3.1 Auftragsgrößenstruktur.....	327
23.3.2 Mindestauftragswert (MAW.XLS).....	329
24 Logistikkosten.....	331
24.1 Arbeitsschritte.....	331
24.1.1 Erstellen der Tabelle (LIEF.XLS).....	331
24.1.2 Grafische Darstellung von Tabellendaten.....	336
24.2 Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	340
25.2.1 Spaltenbreite.....	340
25.2.2 Vertikaler Text.....	340
24.3 Zusatzinformationen zum Marketing.....	341
24.3.1 Checkliste zu Vertriebswegen.....	341
24.3.2 Analyse der Logistikkosten (LOGIST.XLS7TRANSP.XLS).....	342

TeilV	Kommunikationspolitik.....	345
25	Werbeaufwand.....	347
25.1	Arbeitsschritte.....	347
25.1.1	Erstellen der Tabelle (W-U.XLS).....	347
25.1.2	Grafische Darstellung von Tabellendaten.....	349
25.2	Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	351
25.2.1	Fehler bei der Formeleingabe.....	351
25.2.2	Suchen nach Fehlerwerten.....	351
25.3	Zusatzinformationen zum Marketing.....	353
25.3.1	Werbeaufwand und Umsatz.....	353
25.3.2	Reichweite und Leserkontakt (MEDIA.XLS).....	353
26	Werbudget.....	355
26.1	Arbeitsschritte.....	355
26.1.1	Erstellen der Tabelle (BUDGET.XLS).....	355
26.1.2	Erstellen der Tabelle (BUDGET-KONTROLLE.XLS).....	359
26.2	Zusatzinformationen zur Tabellenkalkulation.....	360
26.2.1	Tabellenblätter.....	360
26.2.2	Landkarte.....	362
26.3	Zusatzinformationen zum Marketing.....	363
26.3.1	Kontaktchancen.....	363
26.3.2	Push-und Pull Strategie.....	364
Anhang	365
	Abkürzungsverzeichnis.....	367
	Literaturverzeichnis.....	371
	Hinweise zur Begleitdiskette.....	373
	Stichwortverzeichnis.....	375