

Prof Reichling's Digital Media Marketing Management

DIE CPM-METHODE

Dieser Fall soll Ihnen die Möglichkeit geben, die CPM-Methode zu üben und danach sollten Sie in der Lage sein, bei einfachen Projekt im Rahmen des digitalen Medienmarketing ein Projekt zu planen und mit Hilfe dieser Methode einen effektiven Zeitplan zu erstellen.

Sie sollen dabei lernen, wie einzelne Aktionen im Rahmen einer Produkteinführungsstrategie mit Hilfe der CPM strukturiert und organisiert werden können.

DIE EINFÜHRUNG VON CAT-LOVE SENIOR

Aktion	Vorbereitung
4 Video-Clip Soziale Netzwerke	6 Monate
2 Clips TV-Werbung	6 Monate
Großflächenwerbung an 280 Plakatwänden	4 Monate
Anzeigen Tageszeitungen regional 24 Anzeigen	2 Monate
Verkaufsförderungsstände beim Handel	4 Monate
Einweisung Personal Promotion	1 Monat
Aktion Tierheime	1 Monat
Außendienst Verkauf Händler	3 Monate
Schulung Außendienstverkauf	1 Monat
Gestaltung und Anfertigung von Verpackung und Displays	4 Monate
Pressemitteilung von PR inkl. Versand und PR Betreuung	1 Monat
Einbau des neuen Produktes in die vorhanden Homepage, Shop und Wettbewerb	2 Monate
Einrichtung und Informationen für soziale Netzwerke, Blogger	1 Monat
Bereitstellung für Shop-Artikel	3 Monate

Cat-Love soll ins Weihnachtsgeschäft des Jahres 2018 eingebunden werden. Die Auslieferung an die einzelnen Verkaufsstätten soll am 15. November 2018 erfolgen. Ab dem 1. Dezember beginnt dann der Verkauf an Endkunden.

Für die Einführungsstrategie, die Ihnen bereits von vorangegangenen Übungsfällen bekannt ist, wurden nachfolgende Marketingaktionen ausgewählt und genehmigt (Vorbereitungsdauer vorläufig geschätzt):

Erstellen Sie im Rahmen der Einführungsstrategie einen Projektplan nach der CPM-Methode.

Berücksichtigen Sie dabei auch die Zeiten für die Distribution.

Da die Vorbereitungszeiten lediglich geschätzt sind, ist es erforderlich, geeignete Pufferzeiten einzuplanen.

Die Aktionen entsprechen den von den Übungsgruppen erarbeiteten Planungen, die als Gantt-Diagramme bereits dargestellt wurden.

Diese Projektplanung ist nun auf die CPM-Methode zu übertragen.



ZUM SELBSTSTUDIUM:

Critical path method:

Die critical path method (CPM) ist ein Planungsverfahren im Marketingmanagement für mittelkomplexe Projekte. CPM kann auch als eine vereinfachte Version der „Netzplantechnik“ verstanden werden.

Im Rahmen der CPM kann sowohl eine graphische als auch eine rechnerische Darstellung des Planungspfades vorgenommen werden. Die CPM erlaubt eine kritische Analyse des Projektlaufes und der zeitlichen in inhaltlichen Projektpässe. Die CPM ist grundsätzlich ein „deterministisches“ Planungsmodell, in dem aber auch Risikofaktoren durch entsprechende Pufferzeiten zu berücksichtigen sind.

Vgl.:

Zimmermann J., Stark C.; Rieck J.: *Projektplanung – Modelle, Methoden, Management*. Springer, Berlin 2006

Poth, L; Poth, G; Pradel M.; Gabler *Kompaktlexikon Marketing*, 3. Auflage; Wiesbaden 2008

Hinweis

Dies ist ein frei erfundenes Fallbeispiel zum Unterricht an der Hochschule Kaiserslautern, Campus Zweibrücken. Ähnlichkeiten mit lebenden Personen oder real existierenden Organisationen und Produkten sind rein zufällig und nicht beabsichtigt. Normabweichungen bei der Rechtschreibung oder Kommasetzung sind beabsichtigt und dienen der graphischen Gestaltung.

Alle Rechte an dieser Fallstudie, insbesondere die Rechte auf Veröffentlichung und Verfilmung liegen beim Verfasser.

Für Unterrichtszwecke an staatlichen Hochschulen, sowie an vergleichbaren Bildungseinrichtungen darf diese Fallstudie jederzeit kopiert und eingesetzt werden.

Aufgabe

Bearbeiten Sie die Lösung dieser Fallstudie in Arbeitsgruppen.

Alles was Sie bisher über das Unternehmen, seine Strategien und das Produkt **CatLove** wissen kann als Information in die Lösung eingebaut werden.

Dies gilt insbesondere für die bereits erarbeiteten Gantt-Diagramme. Sollten in der Aktionsübersicht noch weitere Aktionen wünschenswert sein, so können diese Aktionen in den Plan eingebaut werden.

1. Erstellen Sie mit Hilfe der CPM Methode eine Projektplanung für die Einführung von Cat Love Senior und stellen Sie diese Planung graphisch dar.

2. Berechnen Sie nach der CPM-Methode den spätesten Startpunkt für das Projekt „Einführung von Cat Love Senior“.

Berücksichtigen Sie bei Ihrer Lösung insbesondere die Methoden des Digital Media Marketing.

3. Stellen Sie den gesamten Produktlebenszyklus da und beschreiben Sie die einzelnen Käufertypen im Produktlebenszyklus

Präsentieren Sie das Verfahren im Team so als wären Sie die Agentur , die das Unternehmen in Deutschland mit der Strategie für die Einführungskampagne beauftragt hat. Ihre Zuhörer sind führende Mitarbeiter der US-amerikanischen Gesellschaft und der Vertriebsorganisation in Deutschland

Prof. Dr. H. Reichling

*Hochschule Kaiserslautern
Campus Zweibrücken
66482 Zweibrücken
Amerikastr. 1*

reichling@mittelstand-marketing.de
annalydia.Faust@fh-kl.de

