

Business-Plan der Firma:	
Vom:	
8. Vertrieb, Marketing:	
Planung der Markteinführung in Zeit und Schritten:	
Aktivitäten, die nötig sind, vom Kundenkontakt bis zum Vertrag:	
Vertriebsorganisation und Vertriebswege:	
Vertriebspartner:	
Handelsspanne je Vertriebskanal und Produkt:	
Verteilung des Absatzes auf die Vertriebskanäle:	
Vertriebskosten:	
Benötigte Qualifikationen und Entlohnung der Vertriebsmitarbeiter:	
Preise und Konditionen der Produkte:	
Serviceleistungen und Besonderheiten:	

Kosten für eventuelle Gewährleistungen:	
Das Kundenimage des Unternehmens:	
Kommunikationskonzept und Werbemittel:	
Kosten für Produkteinführung und spätere Werbung:	