

Marketing: Definition

- Der Grundgedanke des Marketings ist die konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes. Bedürfnisse der Nachfrager sollten im Zentrum der Unternehmensführung stehen. Marketing stellt somit eine unternehmerische Denkhaltung dar.
- Darüber hinaus ist Marketing eine unternehmerische Aufgabe, zu deren wichtigsten Herausforderungen das Erkennen von Marktveränderungen und Bedürfnisverschiebungen gehört, um rechtzeitig Wettbewerbsvorteile aufzubauen.

Marketing: Aufgaben Schritt für Schritt

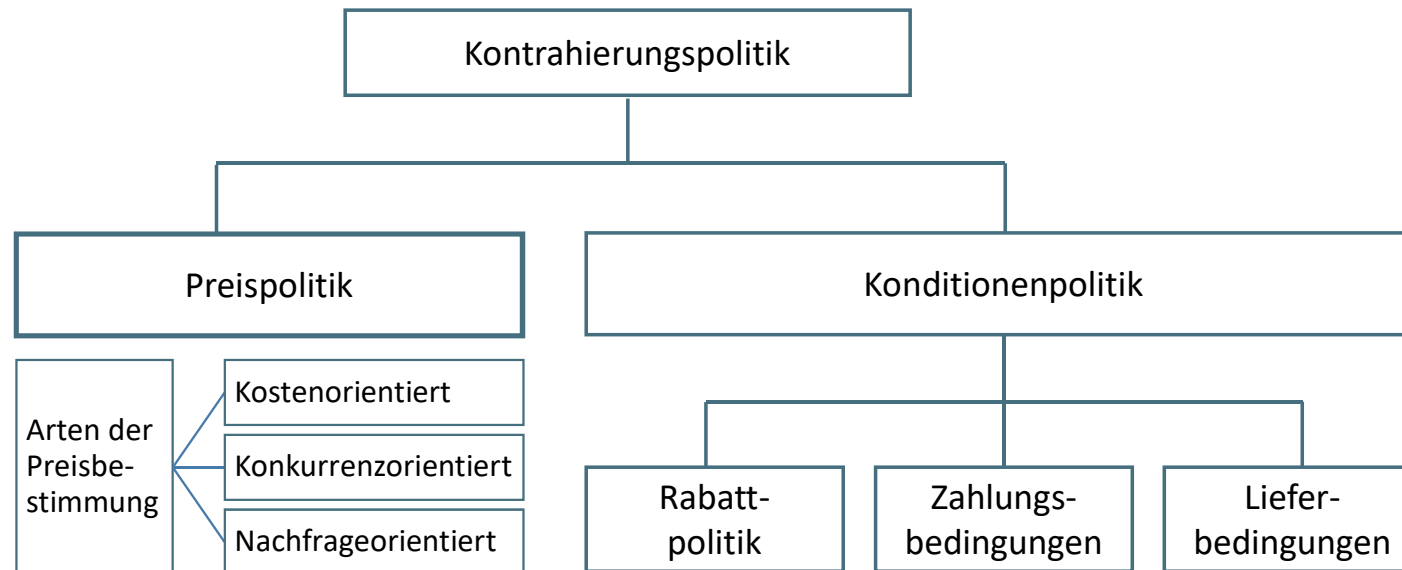


Marketing-Mix

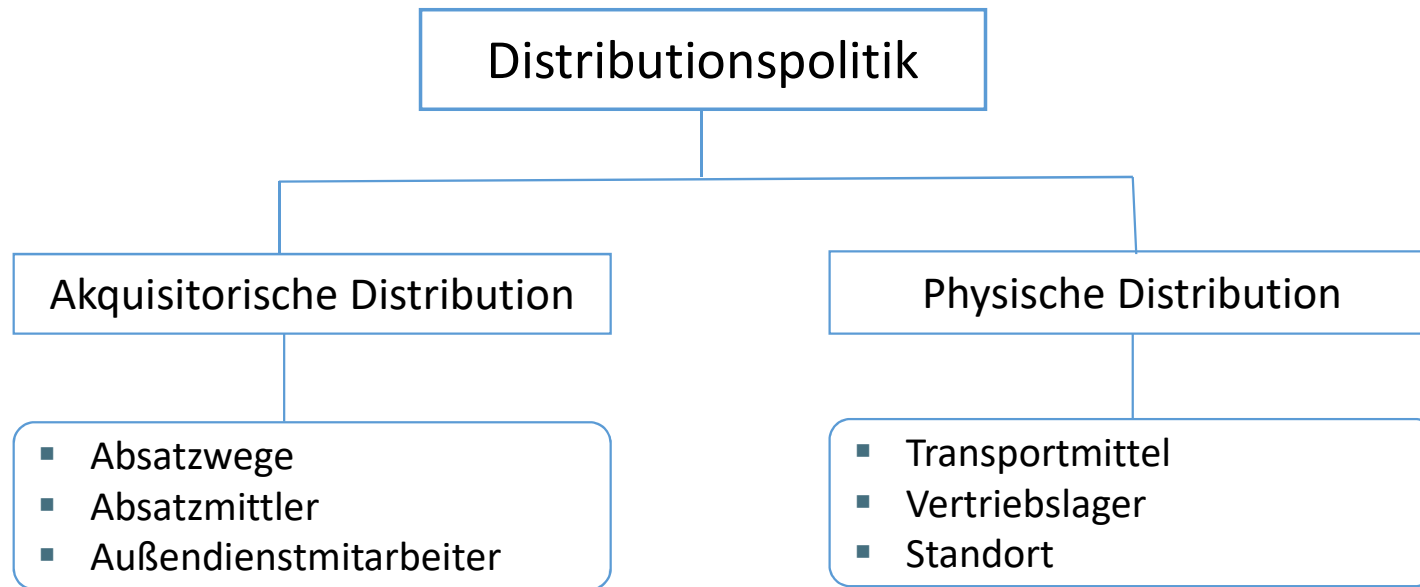
- Der Marketing-Mix ist die von einer Unternehmung zu einem bestimmten Zeitpunkt eingesetzte Kombination ihrer absatzpolitischen Instrumente.
- Teilgebiete (4 Ps)
 - Produktpolitik (Product)
 - Kontrahierungspolitik (Price)
 - Distributionspolitik (Place)
 - Kommunikationspolitik (Promotion)

Kontrahierungspolitik

- ... alle Entscheidungen eines Unternehmens, die auf den Preis Einfluss nehmen, um den Absatz zu fördern



Distributionspolitik



Kommunikationspolitik

- Übermittlung von Informationen zum Zweck der Steuerung von Meinungen, Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen gemäß spezifischer Zielsetzungen

- Ziele (AIDA-Modell)



- Instrumente

Print- werbung	Fernseh- und Kinowerbung	Radio- werbung	Außen- werbung	Social Media Marketing	Online- Werbung	Mobile Marketing	Verkaufs- förderung
Messen	Public Relations	Corporate Identity	Product Placement	Sponsoring	Events	Persönlicher Verkauf	Direkt- marketing