

Alles Klar?

MARKETING-MIX

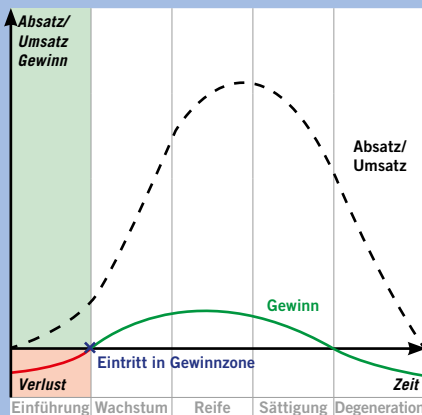
Für ein erfolgreiches Marketing sind die vier Instrumente miteinander zu kombinieren:



PRODUKTPOLITIK

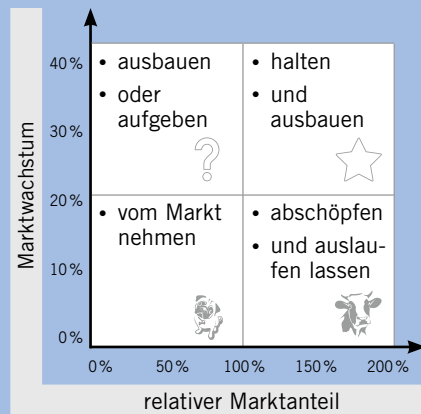
● Produktlebenszyklus

zeigt in welcher Phase sich das Erzeugnis befindet:



● Portfolio-Analyse

ermöglicht strategische Entscheidungen zu den einzelnen Produkten:



● Programmgestaltung

Produkt-			
-eliminierung	-innovation	-differenzierung	-variation
Ein Produkt wird vom Markt genommen, z. B. am Ende des Produktlebenszyklus.	Es wird ein vollkommen neues Produkt auf den Markt gebracht.	Es werden verschiedene Arten des gleichen Produktes auf den Markt gebracht.	Ein Produkt, das schon zuvor auf dem Markt angeboten wurde, wird verändert.

PREISPOLITIK

- **Preisdifferenzierung**



personell

räumlich



ARTEN



mengenmäßig

zeitlich



- **Preisstrategien**

Dumping	Niedrigpreis	Hochpreis	Skimming	Schwellenpreis
---------	--------------	-----------	----------	----------------

KOMMUNIKATIONSPOLITIK

- **Möglichkeiten**

Werbung	Sponsoring	Public Relations	Sales Promotion
bezahlte Maßnahmen, um die Zielgruppe auf das Produkt aufmerksam zu machen	Unterstützung von Personen/Organisationen im sportlichen, sozialen oder kulturellen Bereich	Öffentlichkeitsarbeit, um den Ruf und das Image des Unternehmens zu verbessern	kurzfristige Maßnahmen und Aktionen, die mögliche Kunden zum Kauf bewegen sollen

- **AIDA-Modell** beschreibt die psychologische Wirkung von Werbung:



VERTRIEBSPOLITIK

- **direkter Vertrieb**



- **indirekter Vertrieb**

