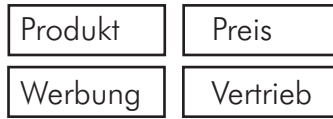
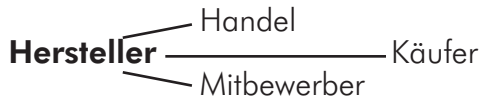


**Marketing:** Marktorientierte Unternehmensführung

**Marketing Instrumente:**  
(-Mix)



Absatz



<b>Einkaufs-Gremium der Firma</b>	=	"Bying Center"
<b>Direkte Kommunikation (ohne Handel)</b>	=	Direkt Marketing
<b>Entgeldpolitik</b>	=	Kontrahierungs-Politik
<b>Verkaufs Förderung</b>	=	Pro Motion (Vkf)
<b>Integrierte Kommunikation</b>	=	Alles aufeinander abgestimmt

<b>P</b> ro Motion	=	Kommunikations Politik	 Operatives Marketing
<b>P</b> roduct	=	Produkt Politik	
<b>P</b> rice	=	Kontrahierungs Politik	
<b>P</b> lace	=	Distributions Politik	



**Marketing Ziel** = Neue Märkte, Neue Kunden, Umsatzsteigerung...

Persönlicher Verkauf  
Direkt Marketing

↘  
↙ = Direkt Kommunikation nach Mekkert

**Werbung**

- Werbe/Kommunikations Strategie
- 1) Copy Strategie (Werbebotschaft)
  - 2) Werbemittel Strategie (Kommunikations Mittel / z.B. Anzeige)
  - 3) Werbeträger Strategie (Kommunikations Träger / z.B. Zeitung)

**Unique Selling Proposition** = (USP) Herausstellungsmerkmal  
**Consumer Benefit** = Nutzen für den Konsumenten

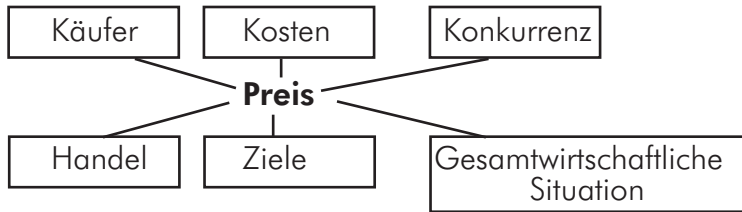
Marketing

Gallert

11.03.06

- Fachzeitung** = z.B. Deutscher Drucker
- Special Interest** = z.B. Angler-Zeitung
- Push Promotion** = In den Markt (Handel)
- Pull Promotion** = Endverbraucher
- POS** = Point of Sale

**Kontrahierungs- / Preis- Politik**



- Me-too-Anbieter** = (Ich auch) / Produk-Immitation
- SGE** = Strategische Geschäfts Einheit