

Marketing

- 1. Was ist Marketing ?**
- 2. Marketingziele**
- 3. Die Bedürfnisse des Menschen**
- 4. Marketing-Mix: die Werkzeuge**

1. Was ist Marketing ?

Entstehung aus
„market“ und „getting“,
d.h den Markt gewinnen

auf den Markt bringen

Marketing

Definition:

- Alle Maßnahmen die darauf ausgerichtet sind*
- *Umsatz zu fördern und*
 - *Bedürfnisse profitabel zu befriedigen.*

Marketing

- **Analyse**
- **Planung**
- **Umsetzung**
- **Kontrolle**

Marketing

Ziel der Analyse:

Alles über das Produkt
und den Markt wissen !

Was ist das Besondere an meinem Produkt ?

Was ist Marketing ?

Marketing

Nach Analyse.....

***Planung, Umsetzung
und Kontrolle.***

Wer braucht Marketing ??

(Wer braucht kein Marketing ?)

Industrie & Handel

Produkte & Service

Versicherungen

Bund – Städte – Gemeinden - Politiker

Entertainment

Geldinstitute

Management

2. Marketingziele

Strategisch:

- Erhöhung der Produktverwendung
- Gewinnung von Nichtverwendern
- Gewinnung neuer Kunden von Mitbewerbern
- Erschließung zusätzlicher Absatzgebiete
- Eindringen in andere Verwendungsbereiche
- Orientierung an neue Zielgruppen

Marketingziele

Operativ:

- **Absatz / Erlös / Marktanteil**
- **Deckungsbeitrag / Preispolitik**
- **Bekanntheitsgrad / Beliebtheitsgrad**
- **Imagepositionierung / Markenführung**
- **Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen**

Was ist Marketing ?

Definition:

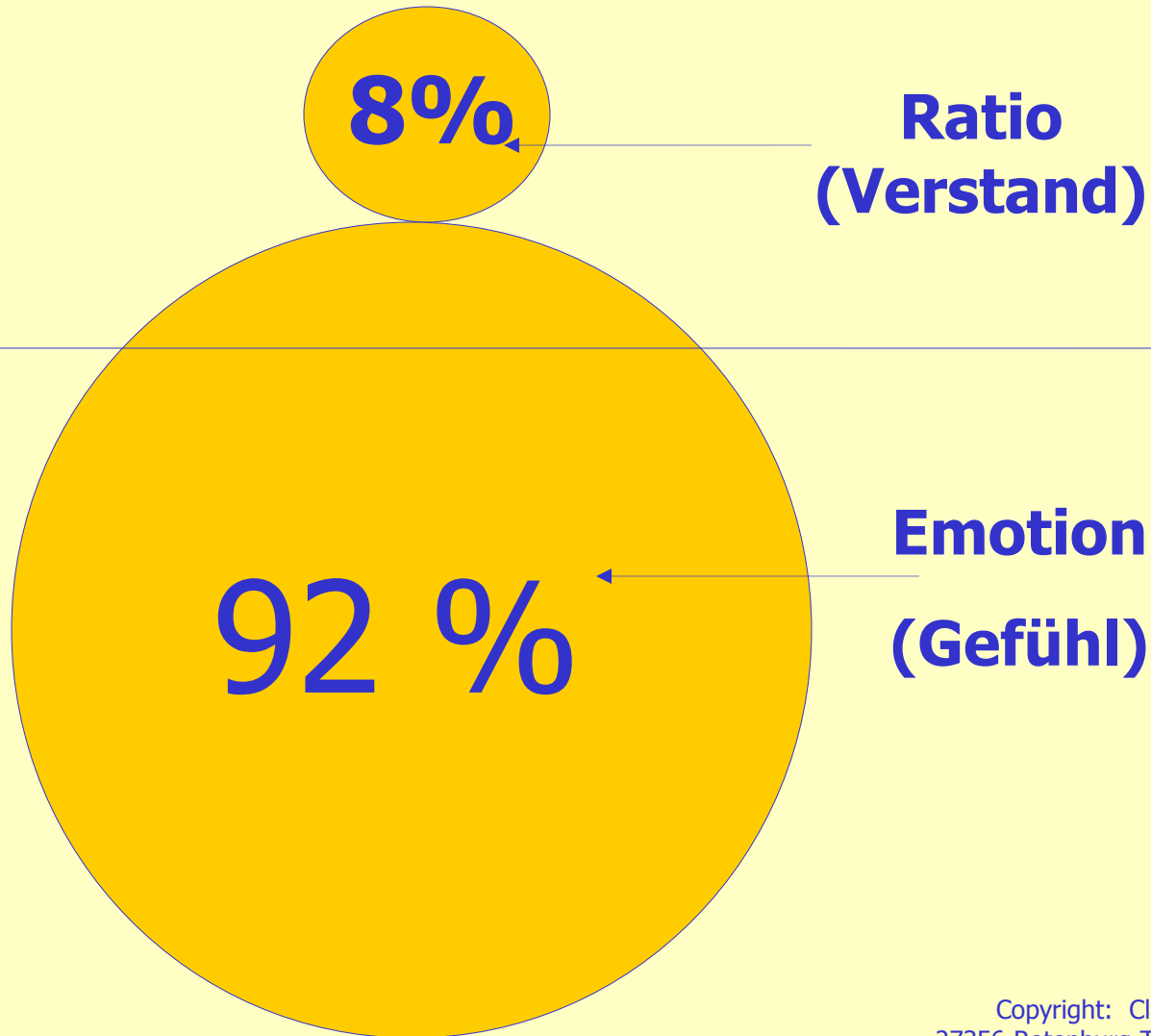
*Alle Maßnahmen die darauf ausgerichtet sind,
Umsatz zu fördern und*

Bedürfnisse profitabel zu befriedigen.

3. Die Bedürfnisse des Menschen

wecken & befriedigen

3. Die Bedürfnisse des Menschen



3. Die Bedürfnisse des Menschen

65 Bedürfnisse (Motive) des Menschen



Hunger	Besitz	Selbsterhalt
Durst	Geltung	Überlegenheit
Spieltrieb	Herden	Selbstbest.
Schlaf	Erfolg	Selbstverw.
Sexual	Gewinn	Ehrgeiz

Kein Mensch kauft ein „Produkt“

- Menschen kaufen
- Emotionen,
- Wunscherfüllungen und
- Lösungen für ihre
persönlichen Probleme !

Erfolgsgeheimnis im
Marketing und Verkauf:

**Bedürfnisse des
Menschen
ansprechen !**

3. Die Bedürfnisse des Menschen

Gezielt die Bedürfnisse des Menschen ansprechen !

<u>Gesundheit</u>	Gewohnheit	<u>Neugierde</u>
<u>Durst</u>	<u>Geltung</u>	<u>Überlegenheit</u>
<u>Besitzdrang</u>	<u>Herdentrieb</u>	<u>Abwechslung</u>
<u>Selbsterhalt</u>	Erfolg	<u>Ästhetik</u>
Angst	<u>Gewinn</u>	<u>Ehrgeiz</u>

Bedürfnisse herausarbeiten !

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge



Marketing Mix

The text 'Marketing Mix' is rendered in a large, bold, sans-serif font. Each letter is filled with a different color from a rainbow spectrum, starting with purple for 'M', transitioning through red, orange, yellow, green, and blue. The letters are set against a light yellow background and cast a soft, grey shadow to the left and slightly forward, giving the text a three-dimensional appearance.

4. Marketingwerkzeuge

4. Marketingwerkzeuge

P
roduct

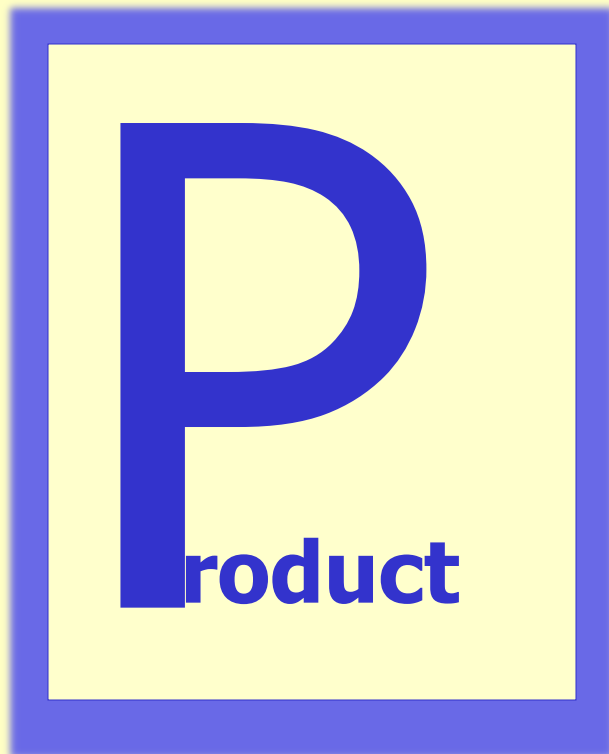
P
rice

P
romotion

P
lace

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge

Marketingwerkzeuge

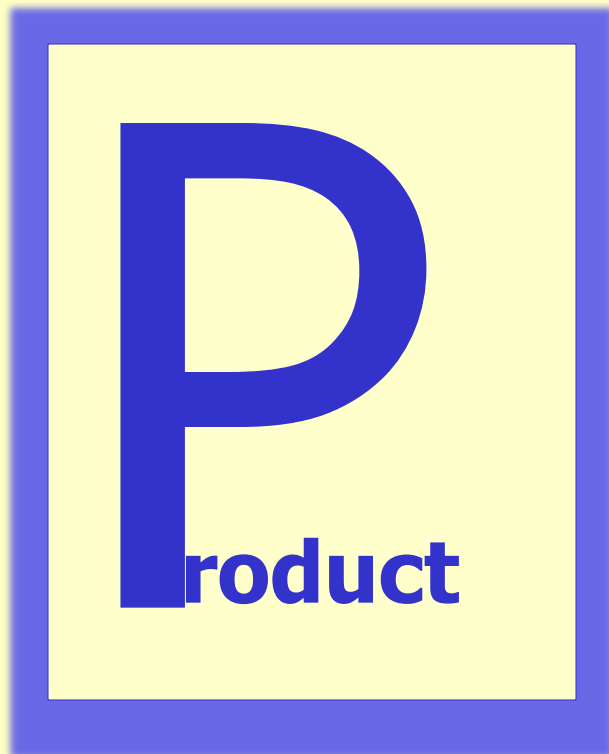


Profil:

- Eigenschaften
- Positionierung
- Qualität (ISO)
- Service
- USP

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge

Marketingwerkzeuge



Profil:

Werbeansprache

Markierung

Markenauftritt

Verpackung

Logo

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge

Marketingwerkzeuge



- **Vollkosten**
- **Teilkosten**
- **Variable Kosten**

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge

Marketingwerkzeuge



- **Rabatte und Boni**
- **Zahlung und Lieferung**
- **Kredite**

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge

Marketingwerkzeuge



- Werbung
- PR
- Messen
- Event
- Corporate Identity

Kommunikation

4. Marketing-Mix: die Werkzeuge

Marketingwerkzeuge

P
lace

- **Klassische Verkaufsstätten**
 - Fachhandel**
 - Discount**
 - Messen**
 - Märkte**
- **Spezialvertrieb, Outlet**
- **Haustür, Telefon . TV**
- **Versand**

Erfolgsfaktor Distributionsdichte

Diese Folien sind nur ein kleiner Auszug aus den Vortrag der
für das Projekt MIG 2013 erstellt wurde.
Anderweitige Nutzung sowie Vervielfältigung
bedürfen der Genehmigung.

Kontaktadresse:

Claus Richter

Zwischen den Wassern 12

27356 Rotenburg

Tel.: 04261 966188

Email. info@schuelerfirmen.com

Siehe auch:

www.schuelerfirmen.com

www.verkaufen-lernen.net