

# Produkte und Dienstleistungen vermarkten

Eine Präsentation von ...

# Schritte im Marketingprozess

1. Analysephase

2. Ziele festlegen

3. Marketingkonzept erstellen

4. Geplante Maßnahmen umsetzen

5. Ergebnisse kontrollieren



# Vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt

## Verkäufermarkt

Nachfrage übersteigt das Angebot.

Nachfrageüberhang

Produktorientierung

Produktion im Mittelpunkt

## Käufermarkt

Angebot übersteigt die Nachfrage.

Angebotsüberhang

Kunden-, Markt- und Dialogorientierung

Absatzleistung im Mittelpunkt

# Marketingziele und Aufgaben

- a) Umsatz erhöhen
  - b) Gewinn steigern
  - c) Marktanteil vergrößern
  - d) Marktführerschaft erreichen
  - e) Bekanntheitsgrad verbessern
- ➔ Wünsche der Kunden erfüllen
  - ➔ weitere Beteiligte zufriedenstellen (Stakeholder)
  - ➔ Absatzmarkt erweitern
  - ➔ Das Unternehmen marktorientiert leiten

# Marketingbereiche

- **Konsumgütermarketing**
  - Massenprodukte
  - Hohe Anzahl von Nachfragern
  - Mehrstufiger Vertrieb
- **Investitionsgütermarketing**
  - Anlagen, Maschinen, Spezialanfertigungen
  - Nachfrager: Unternehmen
  - Direkter Vertrieb
    - Individuelle Beratung
    - Internationale Geschäfte

# Marketingbereiche

## ➤ **Konsumgütermarketing**

- Massenprodukte
- Hohe Anzahl von Nachfragern
- Mehrstufiger Vertrieb

## ➤ **Investitionsgütermarketing**

- Anlagen, Maschinen, Spezialanfertigungen
- Nachfrager: Unternehmen
- Direkter Vertrieb
  - Individuelle Beratung
  - Internationale Geschäfte

**Danke für Ihre  
Aufmerksamkeit**