

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**