

Präsenzübungen

Der Marketingplan

a) Verfassen eines Marketingplans

Entwerfen Sie nach dem nachstehenden Muster stichwortartig einen Marketingplan für ein von ihnen zu vermarktendes Produkt.

Marketingplan

Strategische Analyse

- Markt- und Umfeldanalyse
- Kunden- und Wettbewerbsanalyse

Zielsetzung mit Kennzahlen

- Strategische und operative Ziele
- Finanzielle Ziele
- Markt- und kundenbezogene Ziele

Strategieauswahl und - Kombination

- Wettbewerbsstrategien
- Portfoliostrategien
- Positionierungsstrategien
- Innovationsstrategien

Strategieumsetzung

- Produkt- und Preispolitik
- Kommunikations- und Distributionspolitik

Erfolgskontrolle (Fortschritt und Ergebnisse)

- Wirksamkeit der Marketinginstrumente
- Leistung der beteiligten Personen
- Rentabilität der gewählten Produkte, Märkte und Kunden (Kundenerfolgsrechnung)

b) Verteidigung des Marketingplans

Erläutern Sie das von Ihnen entworfene Konzept Ihrem Dozenten und/oder Ihrer Sprachübungsgruppe.

c) Erläuterung eines Konzeptes

Beschreiben Sie das Konzept in einem kurzen Text von maximal 4 Seiten.

d) Begründung für einen Marketing-Mix

Begründen Sie Ihren konkreten Marketing-Mix für Ihren Marketingplan in Form eines Textes. Wählen Sie dafür die passende Politikvarianten.

Marketing-Mix

Kommunikationspolitik

- Individualkommunikation
- Massenkommunikation
- Marke
- Corporate Identity

Präsenzübungen

Distributionspolitik

- Distributionskanal
- Direkter Absatz
- Indirekter Absatz
- E-Commerce

Produktpolitik

- Produktvarianten
- Produktdifferenzierung
- Produktinnovation
- Produktelimination

Preispolitik

- Kostendeckungspreis
- Penetrationspreis
- Abschöpfungspreis

e) Passiv und “man”

Unterstreichen Sie im folgenden Text alle Sätze im Passiv.
Wandeln Sie diese Sätze in Ersatzkonstruktionen mit “man” um.

Beispiel:

Vom Marketingplan wird oft ein die Planung unterstützender Businessplan abgeleitet.

Vom Marketingplan leitet man oft einen die Planung unterstützenden Businessplan ab.

Wandeln Sie andererseits die im Text vorkommende “man” Konstruktion in eine Passivkonstruktion um.

Üben Sie nun.

Der Marketingplan kann für ein Produkt,eine Produktgruppe,eine strategische Geschäftseinheit,ein Marktsegment oder für ein ganzes Unternehmen erstellt werden.
Vom Marketingplan wird oft ein die Planung unterstützender Businessplan abgeleitet.
Er enthält u.a. einen Produktions-,Finanz-,Personal-,Beschaffung-,Forschungs- und Innovationsplan.

Die Bedeutung der Marktforschung,dass heißt vor allem die Sammlung,Aufarbeitung,Analyse und Interpretation von Daten über Märkte und Marktbeeinflussungsmöglichkeiten,wird von vielen Existenzgründern unterschätzt.
Dies führt schnell zum Scheitern von Untenehmen.
Die Ergebnisse der Marktforschung sind jedoch auch wichtig als Entscheidungshilfen für andere Bereiche,etwa das Controlling oder den Vertrieb.

Der Marketing-Mix wird oft auch als Instrumentenbox für die Gestaltung der Marketing-Maßnahmen bezeichnet.

Er schließt die folgenden Marketinginstrumente ein:

- a) Kommunikationspolitik: dazu gehören Werbung,Public relations,Customer Relations,Messeauftritte oder Verkaufsförderung.
- b)Preis.- und Konditionenpolitik, die eine Produktkalkulation und ein ungefähre Vorstellung über Zielmarktregionen und Absatzmengen voraussetzen.Auch die in der sehr hohen Kosten des Vertriebs und der Kundenbetreuung müssen dabei berücksichtigt werden.
- c)Produktpolitik,bei der entschieden werden muss,ob man eine zielgruppenspezifische

Präsenzübungen

Produktvarianten, eine besser auf die Zielgruppen abgestimmte Produktdifferenzierung oder eine Produktvereinheitlichung / Standardisierung anstrebt.

d) Vertriebspolitik, bei der zwischen direktem und indirektem Vertrieb zu unterscheiden ist.

e) Servicepolitik: Dies betrifft Leistungen, die nach dem Kaufentscheid des Kunden für das Produkt oder Produkte zu erbringen sind.

In Deutschland ist der Beginn des Marketings im heutigen Sinne mit der Erfindung des Backpulvers im Jahre 1893 durch Dr. Oetker verbunden.

Das Arbeitserleichterung versprechende Backpulver wurde den Privatkunden erstmals via Massenwerbung angeboten.

Da immer wieder neue Produktvarianten entwickelt wurden (zielgruppenspezifische Produktvariation.- Erweiterung und -Differenzierung), gehört Dr. Oetker zu den erfolgreichsten Marken in Deutschland.

Die verschiedenen Arten des Marketings hängen von den institutionellen Rahmenbedingungen ab, unter denen das jeweilige Unternehmen (branchenspezifisch) operiert.

f) Textverknüpfungsmittel

Mit welchen Mitteln werden im obigen Text die Sätze logisch miteinander verbunden?

Beispiel: Dies führt schnell zum Scheitern von Unternehmen.

Führen Sie weitere Beispiele aus dem Text an.

g) Substantiv- Verb- Kombinationen zum Thema Marketing

h) Satzbildung

Bilden Sie Sätze.

Im Umfragetext zum Marketing (siehe Podcast "Umfrage zum Marketing" Text unten) antworten mehrere Befragte entweder nur mit einem Wort oder mit unvollständigen Sätzen.

Vervollständigen Sie diese Kurzformen und verwenden Sie dabei Wendungen wie:

-bedeuten (bedeutet für mich ...)

-heißen

-sein

-verstehen

-sagen

-bestehen

-meinen

Wenn Sie nicht sicher sind, dann verwenden Sie Abtönungspartikeln wie: wohl, vielleicht, eigentlich.

Marketing Umfrage

Reporter: was bedeutet Marketing für dich, was heißt das für dich?

A: Marketing - das ist sehr weitläufig. Man könnte sagen, vielleicht ein Produkt besser zu vermarkten, heißt, einen besseren Absatz durch Marketingstudien zu erstellen und den Markt zu erforschen.

B: Marketing? Im Prinzip Verkaufsstrategie, würde ich sagen.

C: Leuten etwas aufschwätzen, was sie nicht haben wollen.

D: Ein Produkt anzuwerben und das dann auf den Markt zu bringen.

E: Ein Produkt oder eine Dienstleistung an den Mann oder die Frau zu bringen. Ja, eigentlich alle

Präsenzübungen

Strategien, die dazu gehören, also Werbung, das Produkt zu präsentieren.

F: Das ist Verkaufsstrategie

G: Da gibt es vielfältige Definitionen für, aber im allgemeinen ist es, glaube eine Verbesserung der also, Marketing bedeutet, dass eine Unternehmensverbesserung stattfindet, also dass man kundenorientiert und letztlich auch unternehmensorientiert eine Besserung eines Unternehmens durchführt.

H: Marketing -so Standortanalysen eventuell, Erreichbarkeit, Kaufkraft.

I: Das ist: sich selbst präsentieren zu können oder seine Produkte präsentieren zu können.

J: Werbung

K: Werbung

L: Werbung

M: Vermarktung von Produkten

N: Unter Marketing verstehe ich alle Maßnahmen, die dazu führen, ein Produkt, das am Markt zu etablieren ist, möglichst gut und verkaufsfördernd anzubieten.