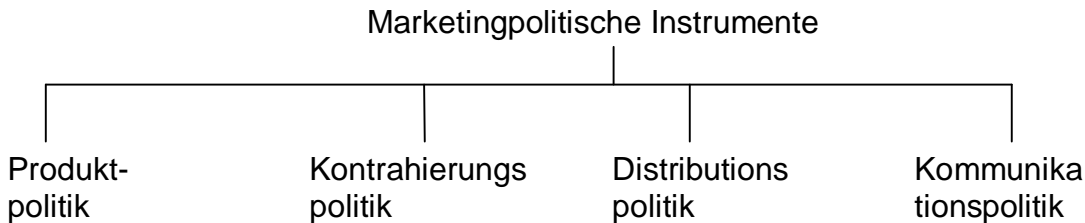


Marketing - Mix

Der Marketing-Mix ist eine Kombination aus den absatzpolitischen Instrumente mit deren Hilfe die Beziehungen zum Marktteilnehmer gestaltet und beeinflusst wird, um so die Marktziele zu erreichen.



Voraussetzungen für den erfolgreichen Einsatz:

1. Kombination der Instrumente um als Ganzheit auf den Markt zu treffen, daraus sollen positive Synergieeffekte entstehen
2. Der Mix soll alle Entwicklungstendenzen der Umwelt, die Gegebenheiten auf dem Markt und die Möglichkeiten der Unternehmen berücksichtigen
3. Der Einsatz der einzelnen Instrumente muss gross genug sein, damit die ganzheitliche Wirkung nicht verloren geht

Werbung – ein wichtiges absatzpolitisches Instrument

Es werden drei Arten der Werbung unterschieden:

1. Informative Werbung:
der Käufer erhält wissenswerte Informationen und die Vorzüge des Produktes
2. Suggestivwerbung:
der Käufer wird unterbewusst beeinflusst, der Kautwiderstand soll weitgehend ausgeschaltet werden
3. Defensivwerbung:
dem Käufer wird ein Produkt immer wieder in Erinnerung gerufen

Unternehmen setzen die Werbung ein, damit bei dem Käufer die Werbemittel nachhaltig wirken, die Werbebotschaft soll in den Vorstellungen des Käufers zu einem festen Begriff werden, aber auch langfristig nie als Belästigung empfunden werden

<http://www.me-online.de>

Pro:

- Information über das Produkt
- Bestandteil der Marktwirtschaft
- sichert Arbeitsplätze

Contra:

- unnötig
- verteuert das Produkt
- führt zu Konsumzwang

Vielen Dank für den Download!

Anregungen und Kritik bitte per Mail an: info@me-online.de

Weitere Informationen unter:

<http://www.me-online.de>