

Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Nenne Zielarten und Zielformulierungen von Marketingzielen.



Zielarten:

quantitativ = unmittelbar in Zahlen auszudrücken

qualitativ = auf Merkmale bezogen, nur auf Umweg in Zahlen auszudrücken

Zielformulierung:

- lösungsneutral
- messbar
- anspruchsvoll, aber realistisch
- verbindlich und akzeptiert



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Wofür steht die SMART-Formel?



SMART-Formel:

Spezifisch (präzise, klar abgegrenzt)

Messbar (quantitative Kriterien auch bei qualitativen Zielen für
Soll-Ist-Vergleich, Kontrolle der Zielerreichung)

Atraktiv (auch: akzeptiert; anspruchsvoll)

Realistisch (erreichbar aber sportlich)

Terminiert (Festlegung eines Zeitrahmens bzw. Zeitpunkts)



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Nenne Beispiele für Marketing-Ziele.



Ökonomische Ziele (quantitative Ziele)

- Marktanteil (absolut = gemessen am Marktvolumen;
relativ = gemessen am Marktführer)
- Gewinnentwicklung
- Umsatzziel

Außerökonomische Ziele (qualitative Ziele)

- Etablieren in einem bestimmten Preissegment
- Bekanntheitsgrad
- Kundenzufriedenheit
- Kundenbindung



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Was bezeichnet die Kundenbindung?
Nenne mögliche Maßnahmen.



Kundenbindung bezeichnet Maßnahmen auf allen Feldern des Marketing bzw. Marketing-Mix, um Kunden zu halten, sowie Kaufhäufigkeit und Umsatz zu steigern.

Mögliche Maßnahmen:

- in der Distributionspolitik: Key-account für A-Kunden
- In der Kommunikationspolitik: Direktwerbung bzw. Kundenkarten
- in der Preispolitik: Treueprämien
- in der Produktpolitik: Spezielle Service-Angebote für „Stammkunden“



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Was ist eine Marketingstrategie?



Eine Marketingstrategie ist eine mittel- bis langfristige wirksame Entscheidung über den zur Zielerreichung einzuschlagenden Weg. Sie ist die Grundlage für taktische und operative Entscheidungen über den Einsatz von Marketinginstrumenten.



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Welche Phasen gibt es in der Marketingplanung?



- Ist-Analyse (Marktforschung; Konkurrenzanalyse)
- Prognose
- Zielformulierung
- Strategieentscheidung
- Festlegung Marketing-Mix
- Umsetzung
- Controlling



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Erkläre die Marktdurchdringung bzw. Penetrationsstrategie.



Die Marktdurchdringung bezeichnet die Maximierung des Marktanteils mit dem vorhandenen Produktprogramm.



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Definiere Marktentwicklung.



Die Marktentwicklung ist eine Erschließung neuer Märkte wie neue Regionen und neue Zielgruppen mit dem vorhandenen Produktprogramm.



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Was bezeichnet die Produktentwicklung?



Eine Produktentwicklung ist eine Stärkung der Position durch Erweiterung des Produktprogramms auf bereits bearbeiteten Märkten.



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Nenne Gründe für eine Produktentwicklung.



- verkürzte Lebenszyklen der Produkte
- Verbreiterung des konkurrierenden Produktangebots
- Erhöhung des Kapitalrisikos



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Nenne Phasen der Produktentwicklung.



- Ideenfindung
- Ideenbewertung
- Produktentwicklung
- Testmodell
- Umsetzung für Serienproduktion
- Produktionsplanung
- Einführung



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Nenne die Phasen der fertigungsorientierten
Produktentwicklung



- Konzeption
- Produktionsplanung
- Konstruktion
- Fertigungsverfahren



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Was ist Diversifikation?



Diversifikation ist die Erschließung neuer Märkte mit neuen Produkten.



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Was sind die Aufgaben bzw. Funktionen der Marktforschung?



Innovation = Entdecken von neuen Marktchancen

Entscheidungsvorbereitung = Fundierung von Entscheidungen durch aktuelle und präzise Informationen

Erfolgskontrolle = Beschaffung der erforderlichen Daten für Soll-ist-Analysen zur Beurteilung des Effekts des Einsatzes von Marketinginstrumenten

Frühwarnfunktion = rechtzeitige Entdeckung von Art und Umfang von Marktrisiken

Prognosefunktion = Erkennen von Trends, qualifiziertere Abschätzung künftiger Entwicklungen

Zielgruppenanalyse = Gewinnen von Daten über (potentielle) Kunden zum effektiven Einsatz der Marketinginstrumente



Fachkaufmann Handwerkswirtschaft

Marketing, Werbung, Vertrieb

Zähle die Phasen der Marktanalyse auf.



1. Definition des Informationsbedarfs
2. Design, Organisation und Durchführung
3. Datengewinnung: Durchführung und Datensammlung
4. Aufbereitung und Analyse der Informationen
5. Interpretation und Verwendung der Ergebnisse

