Inhaltsverzeichnis
Material- Produktions- und Absatzwirtschaft 7
Verkaufsförderung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Verkaufsförderung (kurzfristig) 2
Werbung 2
Öffentlichkeitsarbeit 3
Neu Instrumente der Marketingkommunikation 3
Verbraucherpolitik 3

Marketing – Mix

Besteht aus:

- ★ Preis- und Konditionspolitik
- ★ Produktpolitik
- ★ Distributionspolitik
- ★ Kommunikationspolitik
  - Verkaufsförderung
  - Werbung
  - Öffentlichkeitsarbeit
  - Neu Instrumente (Sponsoring, Product Placement, Eventmarketing)

Verkaufsförderung (kurzfristig)

- ★ Verbrauchergerichtete Verkaufsförderung
  - Probepäckchen
  - Zugaben
  - Geschenke
  - Pop-Display (übergroß, auffällig)
- ★ Handelsgerichtete Verkaufsförderung
  - Nachlässe
  - Rabatte
  - Gratisproben
- ★ Förderung der Außendienstarbeit
  - Persönlicher Verkauf
  - Messen
  - Präsente
  - Verkaufswettbewerbe
  - Verkaufsschulungen

Werbung

Werbung will die Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen der Konsumenten bzw. Kunden im Sinne der werbenden beeinflussen.

Unterscheidungskriterien für Werbung

- ★ Werbeobjekt
  - Produktwerbung
  - Imagewerbung
- ★ Zahl der Werbenden
  - Alleinwerbung
  - Kollektivwerbung, Gemeinschaftswerbung, Huckepackwerbung, Sammelwerbung, Verbundwerbung
- ★ Ansprache der Zielpersonen
  - Massenwerbung
  - Individualwerbung
- ★ Werbegestaltung
  - Informierend
  - Sympathiewerbung
  - Testimonalwerbung
  - Vergleichende Werbung
  - Unikatwerbung
  - Schleichwerbung

Gestaltung der Werbebotschaft:
- ★ Werbeträger = Auftraggeber (z. B. Audi)
- ★ Werbemittel (z. B. Anzeige in Zeitung)
- ★ Werbebotschaft (z. B. Vorsprung durch Technik)

Öffentlichkeitsarbeit

Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)
= Pflege der Beziehungen für das Unternehmen relevante Öffentlichkeit
= Versuch zu allen Gruppen, die mit dem Unternehmen in Verbindung stehen ein positives Verhältnis aufbauen.

Aufgaben:
- ★ Vertrauen schaffen
- ★ Unternehmen positiv darstellen
  - Reportagen
  - Fachartikel
  - Referenten
  - Tag d. offenen Tür, Betriebsbesichtigungen
  - Sponsoring
- ★ Einheitliches Erscheinungsbild
  - z. B. Firmenlogo (Mc Donalds „M“) zur wiedererinnerung

Neu Instrumente der Marketingkommunikation

- ★ Sponsoring (=öffentlichkeitsarbeit)
- ★ Product Placement (im Fernsehen Produkte im Hintergrund)
- ★ Direktmarketing:
  - Gesamtheit aller Kommunikationsmaßnahmen, die ein Unternehmen einsetzt, um mit einer direkten und individuellen Ansprache einen unmittelbaren Kontakt zum Adressaten herzustellen oder über eine massenmedial vermittelte Aufforderung zur Kontaktherstellung durch den Adressaten die Grundlage für eine interaktive Beziehung zu legen.

Verbraucherpolitik

- ★ Verbraucherinformation
- ★ Verbraucherberatung
- ★ Verbraucherbildung
  - Beeinflussung des Verbrauchers. z. B. gutes Ergebnis bei Stiftung Warentest -> Multiplikatoreffekt
- ★ Verbraucherschutz