

Prof. Dr. Werner Heister
Hochschule Niederrhein
Thema: Marketingkonzept I
Übersicht



Dieses Material ist lizenziert nach CC BY-SA 4.0.

Marketing

- Externes Marketing
- Internes Marketing

Kultur/Philosophie/Grundhaltung

- Denke im Kopf des Kunden!
 - Fühle im Herzen des Kunden!
 - Träume in der Seele des Kunden!
- (Prof. Dr. Hermann Sabel)

Konzept

Vision / Leitbild / Oberziele (CI; CD; etc.)

Situationsanalyse

- Kunden
- Konkurrenten
- Unternehmen
- Umfeld / Umwelt / Trends



Primär- und Sekundärforschung

=> SWOT

Stärken/Schwächen = Innensicht

Chancen/Risiken = Außensicht

Strategien

- im Bezug auf Kunden
- im Bezug auf Konkurrenten
- im Bezug auf Anspruchsgruppen
- im Bezug auf Absatzmittler

Marketingziele (Unterziele)

Marketinginstrumente (Mix)

- product
- price
- promotion
- place
- personel

Nutzen

Grundnutzen

Zusatznutzen

Erbauungsnutzen

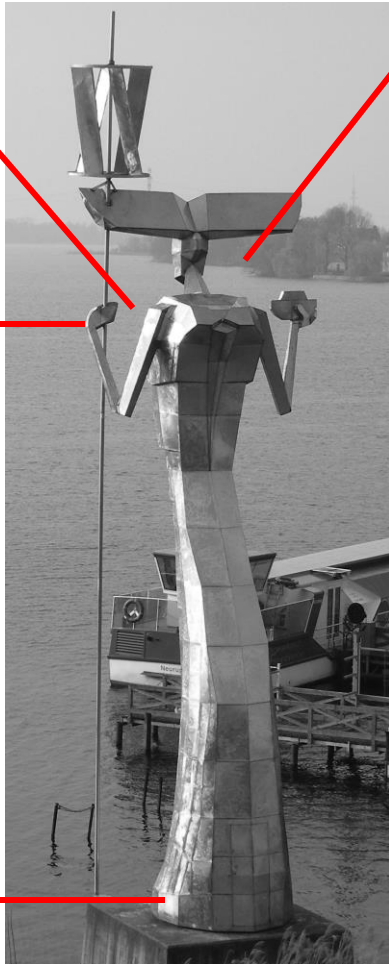
Geltungsnutzen

Kontrolle / Audit

Kreativität

Ansporn |
Einschränkung

Konsequenz



Aufnahme: Heister