WWW.MARKETING-MIT-LINKS.CH

Marketing-Mix

01.03.2004 - v32

Promotion

- **Werbung**
  - Werbeplattform
    - Copyplatform
    - Mediaplatform
  - Werbewirkung
    - Sender-Organismus Reaktion (SOR)
    - AIDA
  - Pull-Funktion
- **Product PR**
  - Text und Bild
  - Externe Beeinflusser
- **Verkaufsförderung**
  - Am POS (Degustationen)
  - Push-Funktion
- **Persönlicher Verkauf (s. sep. Map "Kommunikation!)**
  - Primäre Verkaufspläne
  - Sekundäre Verkaufspläne
  - Verkaufskonzept: Subvariablen
- **Integrierte Kommunikation!**
  - Formale Aspekte
    - CD / CI
  - Inhaltliche Aspekte
    - Botschaft
  - Terminliche Aspekte
    - Abgestimmt auf übrige Massnahmen
- PR
  - PR
  - PPR

Preis

- Einflussfaktoren:
  - Monopol
    - Aquisitorisches Potenzial
- Preisfestlegung:
  - Nachfrageorientiert
  - Kostenorientiert
  - Konkurrenzorientiert
- 7x Preisdifferenzierung
  - Geografisch (Inland/Ausland)
  - Zeitlich (Last-Minute usw.)
  - Nach Anwender (Kinder, Rentner)
  - Nach Nutzung (Chartern statt Linienflug)
  - Mengenabhängig (Mengenrabatte)
  - Distributionsform (Grosshandel/Einzelhandel)
  - Produktvariante (Luxusvariante/Standard)
- Preisänderung / Elastizität
- Preisabsprache / Kartell
- Konditionenpolitik
  - Zahlungsbedingungen
  - Kreditzahlung
  - Rabattpolitik
- Preispsychologie
  - Neuer Zweig

Place (Distribution)

- Logistik
- Absatzform
  - Gross-/Detailhandel
- Absatzweg
  - Direkt
  - Indirekt

Produkt (siehe separates MindMap)

Marketing-Infrastruktur

- Stellt sicher, dass Pläne umgesetzt werden können

Kontrolle

- Marketingforschung
- Budgetkontrolle
- Ausführungskontrolle