

Im Marketingmix müssen die absatzpolitischen Instrumente optimal auf die gesetzten Unternehmensziele ausgerichtet werden.

Product	Price	Promotion	Place
Produkt- und Sortimentspolitik	Preispolitik	Kommunikationspolitik	Distributionspolitik
Produktpolitik: Welche Produkte mit welcher Ausgestaltung sollen hergestellt werden? Sortimentspolitik: Welche Waren und Dienstleistungen werden angeboten?	Preise und Konditionen müssen kalkuliert und flexibel auf Verkaufskanäle, Kundengruppen, Marktsituationen und Aktionen ausgerichtet werden.	Verschiedene Kommunikationsinstrumente werden eingesetzt, um Kunden zu informieren und dafür zu werben, um das gewünschte Image des Unternehmens und der Produkte im Markt optimal zu positionieren und den Absatz sicherzustellen.	Produkte und Leistungen müssen wie bestellt zur richtigen Zeit, in der richtigen Qualität, in der richtigen Menge, am richtigen Ort, ohne Probleme zur Verfügung gestellt werden.

Aufgaben

1. Ordnen Sie folgende Marketingmaßnahmen den o. a. Marketinginstrumenten zu:
 - a) Werbeeinserate werden in der Tageszeitung geschaltet.
 - b) Ein Unternehmen fragt an, ob wir 50 PC-Systeme für einen Preis x liefern können.
 - c) Für Werbeunternehmen wollen wir ein spezielles Grafiksystem konfigurieren und anbieten.
 - d) Ein über das Internet geordnetes PC-System wird verpackt und als Expresspaket versendet.
 - e) Wir überlegen, ob wir zukünftig auch Handys anbieten sollen.
 - f) Für den Internethandel sollen besondere Konditionen gelten.
2. Der Marketingplan von ACI enthält folgende Bestandteile. Ordnen Sie diese Bestandteile den vier „P“ im Marketingmix zu (Mehrfachnennung möglich).
 - a) Analyse der Zielgruppe sowie deren Serviceanforderungen
 - b) Festlegung einer marktfähigen Preispolitik
 - c) Festlegung von Vertriebswegen
 - d) Festlegung von Leistungen und Produkten
 - e) Auswahl von geeigneten Messen und Veranstaltungen
 - f) Werbemaßnahmen in klassischen und neuen Medien
 - g) Maßnahmen zur Bindung von Zielgruppen
 - h) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - i) Strategische Partnerschaften
 - j) Versand per Nachnahme direkt zum Verbraucher