

Vorlesung im Rahmen von Business4School:

Produkt & Markt

22. Februar 2021

Prof. Dr. Julian Voss

PFH Private Hochschule Göttingen: Ihr Partner für ein erfolgreiches Studium

- An der PFH Private Hochschule Göttingen können Sie betriebswirtschaftliche und psychologische Studiengänge sowie Hightech-Studiengänge, die es sonst nirgendwo gibt, studieren.
- Alle Studienabschlüsse sind akkreditiert und staatlich anerkannt.
- Ihre Vorteile eines Privatstudiums an der PFH:
 - ✓ Individuelle Betreuung und kleine Lerngruppen
 - ✓ Stetiger Kontakt zu namhaften Unternehmen
 - ✓ Intensive Praxisphasen während des gesamten Studiums
 - ✓ Fließender Jobeinstieg und beste Karriereperspektiven
 - ✓ Psychologie ohne NC studieren
 - ✓ Hightech-Studiengänge für Carbon und Orthobionik



Kernfragen zur Vorlesung

Auswahl des Sortiments

Kundenkreis

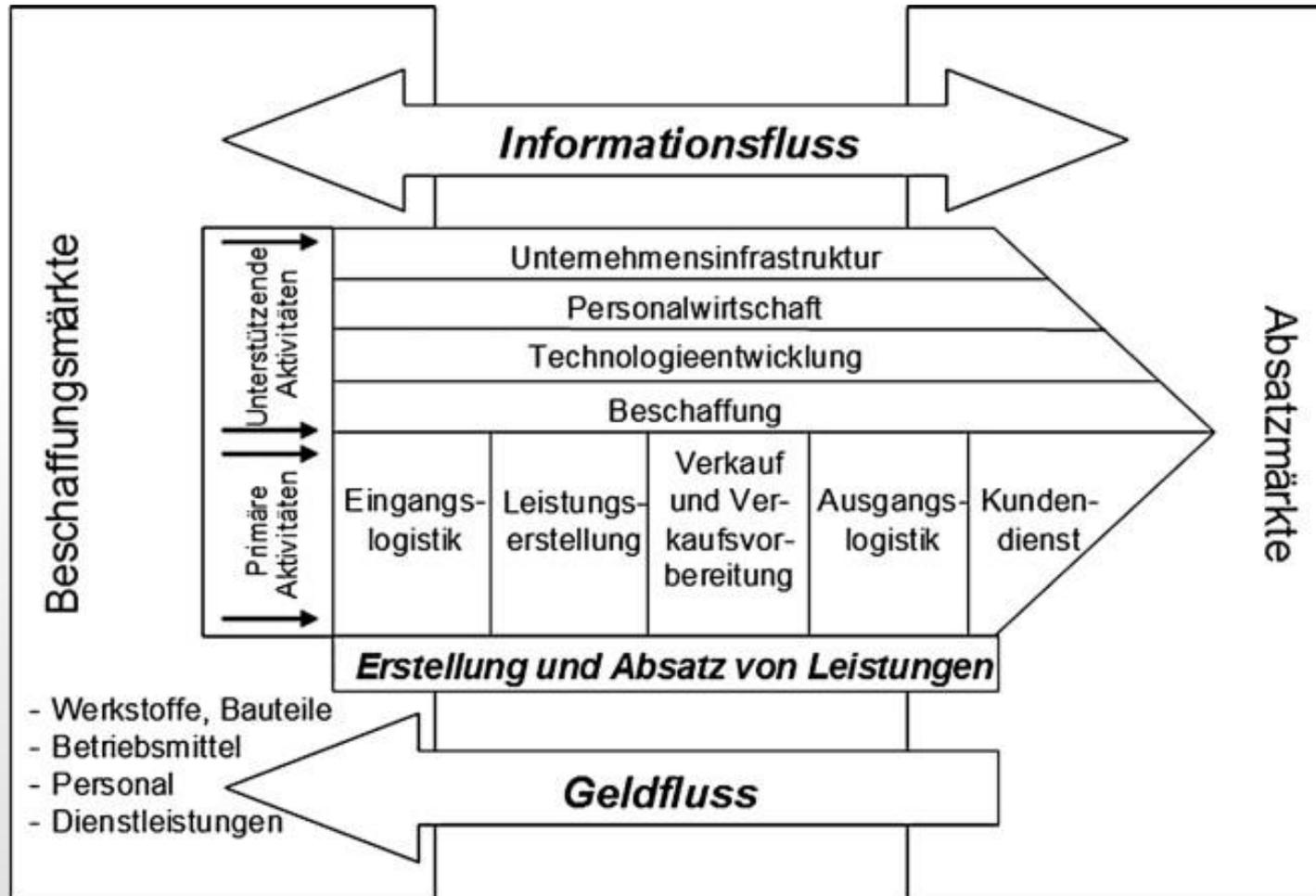
Relevanter Markt

Preisgestaltung

Wettbewerbsprodukte

Wettbewerbsanbieter

Wo findet Marketing in Unternehmen statt?



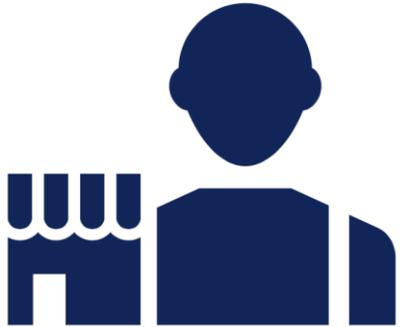
Kundenorientierung?

„Sie können einen Ford in jeder Farbe haben – Hauptsache er ist schwarz.“

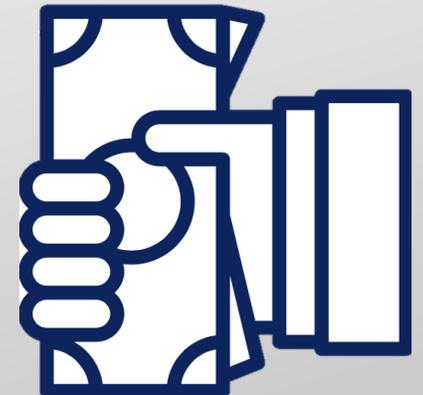
Henry Ford



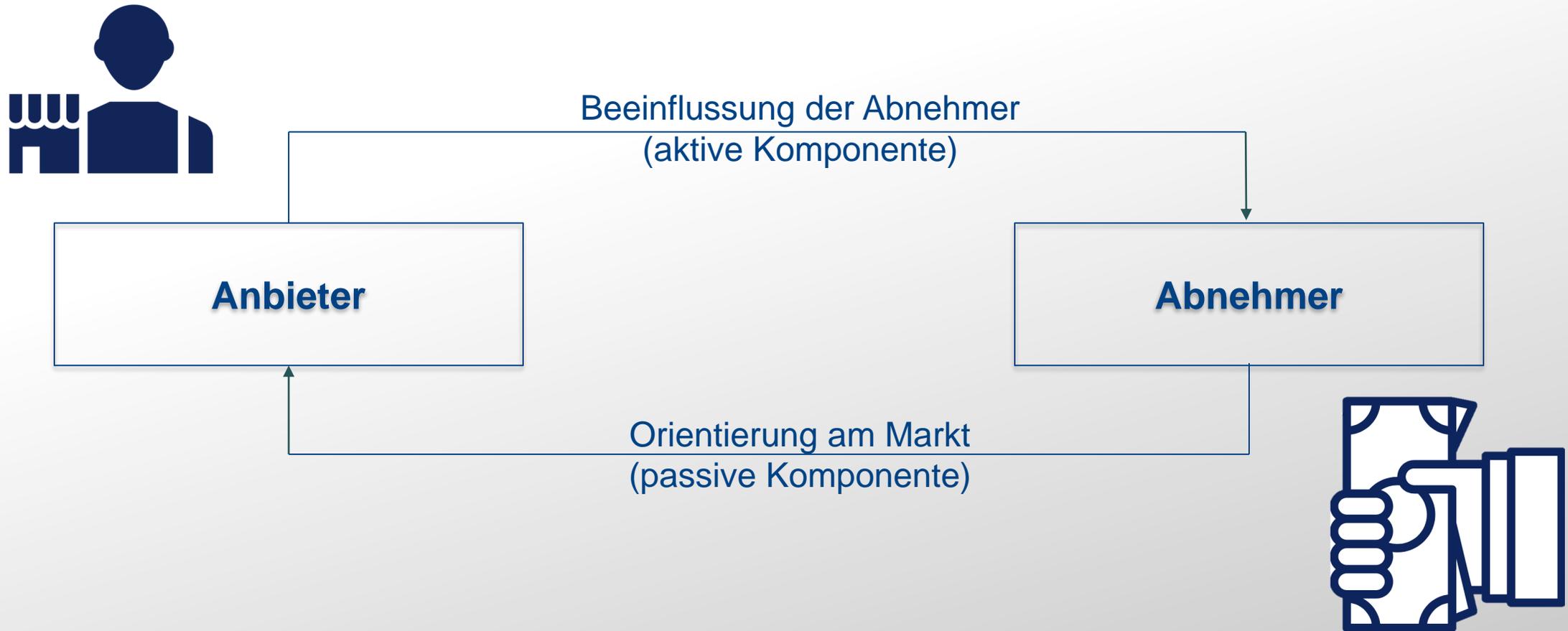
Merkmale Verkäufer- und Käufermarkt



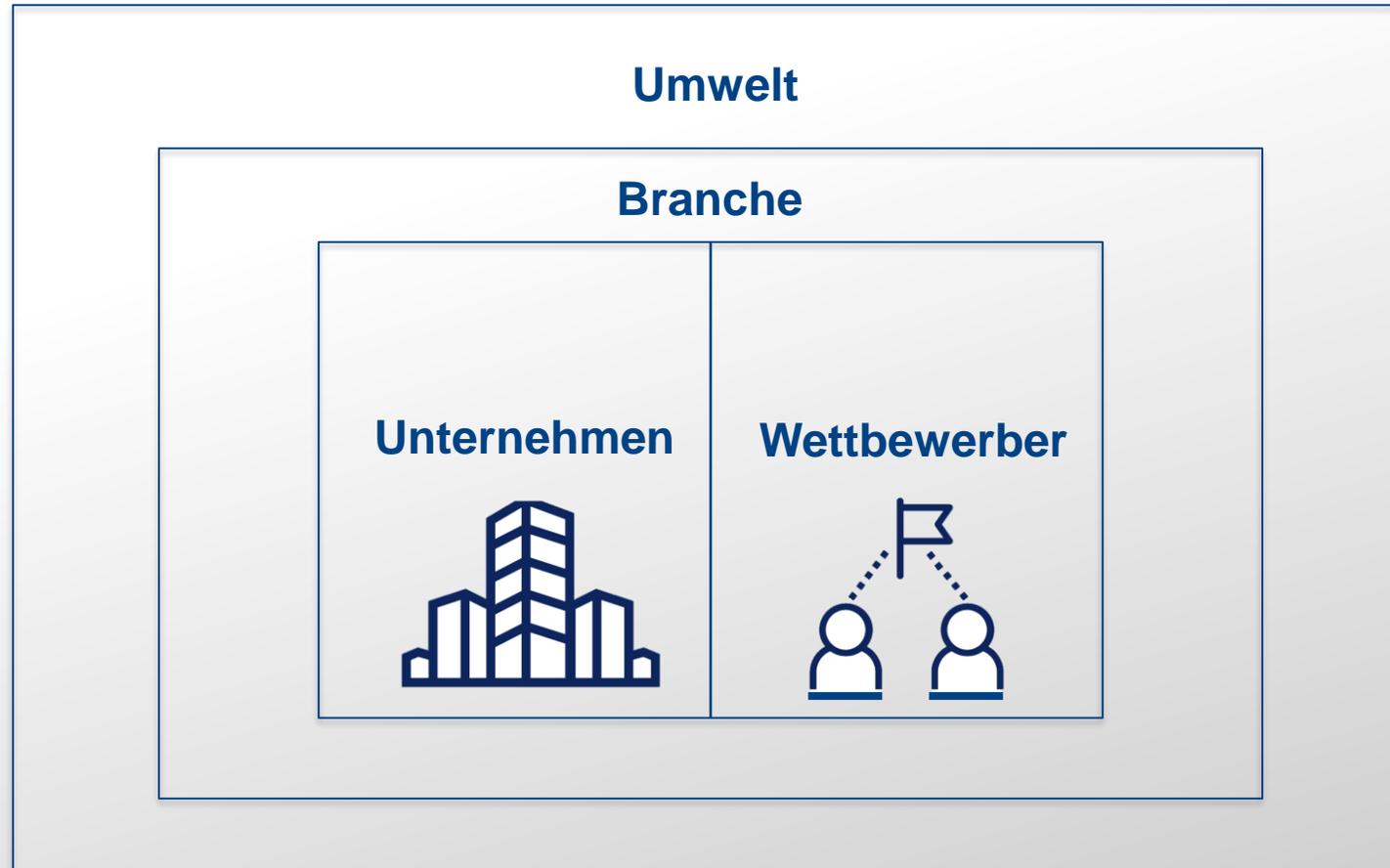
Merkmale	Verkäufermarkt	Käufermarkt
Wirtschaftliches Entwicklungsstadium	Knappheitswirtschaft	Überflussgesellschaft
Verhältnis Angebot zu Nachfrage	Nachfrage > Angebot (Nachfrageüberhang) Nachfrager aktiver als Anbieter	Angebot > Nachfrage (Angebotsüberhang) Anbieter aktiver als Nachfrager
Engpassbereich der Unternehmung	Beschaffung und/oder Produktion	Absatz
Primäre Anstrengungen der Unternehmung	Rationelle Erweiterung der Beschaffungs- und Produktionskapazität	Weckung von Nachfrage und Schaffung von Präferenzen für eigenes Angebot



Anpassung an Marktbedingungen und Beeinflussung von Marktbedingungen



Unterschiedlich spezifische Rahmenbedingungen der Marketingplanung



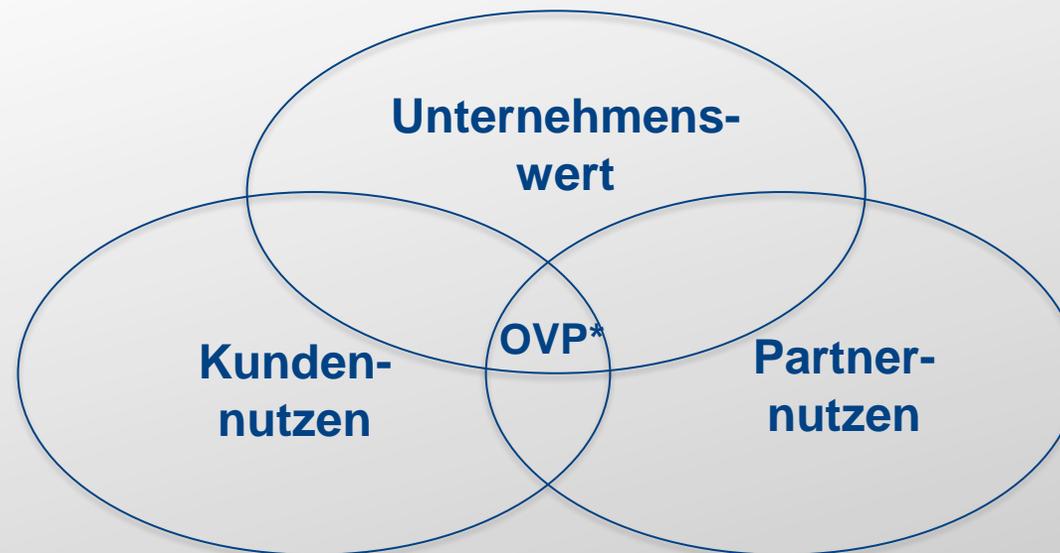
Was macht Marketing im Detail?



Definition Marketing nach Chernev:

„Marketing ist die Kunst und Wissenschaft der Entwicklung und Gestaltung erfolgreicher Austauschbeziehungen.“

„Das Marketing Management strebt an, dass die Angebote eines Unternehmens für die jeweilige Zielgruppe einen **überlegenen Wert** haben und dass das Unternehmen und seine Partner dabei seine strategischen Ziele erreichen kann.“



*Optimal Value Proposition = Wert für Kunden, Organisationen und Lieferanten für den Markterfolg

Ziele des Marketings

Qualitative Ziele

- Image
- Kundenzufriedenheit
- Kundenbeziehung
- Qualitätsführer
- Umwelt
- Nachhaltigkeit
- Soziales
- Preisniveau
- Problemlöser

Quantitative Ziele

- Absatz
- Umsatz
- Gewinn
- Marktanteil
- Kundenanzahl
- Marktabdeckung
- Anteil am Kundenbudget

Der Marketingprozess

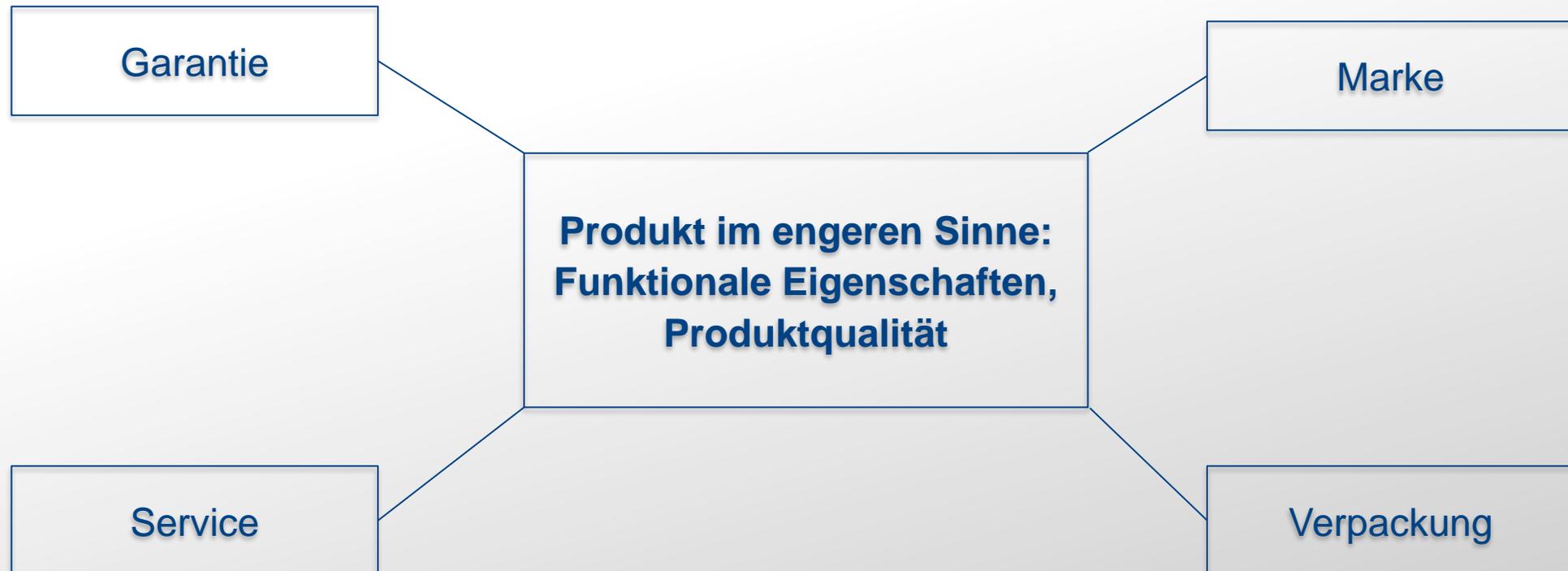
Werte schaffen, Werte erzielen.



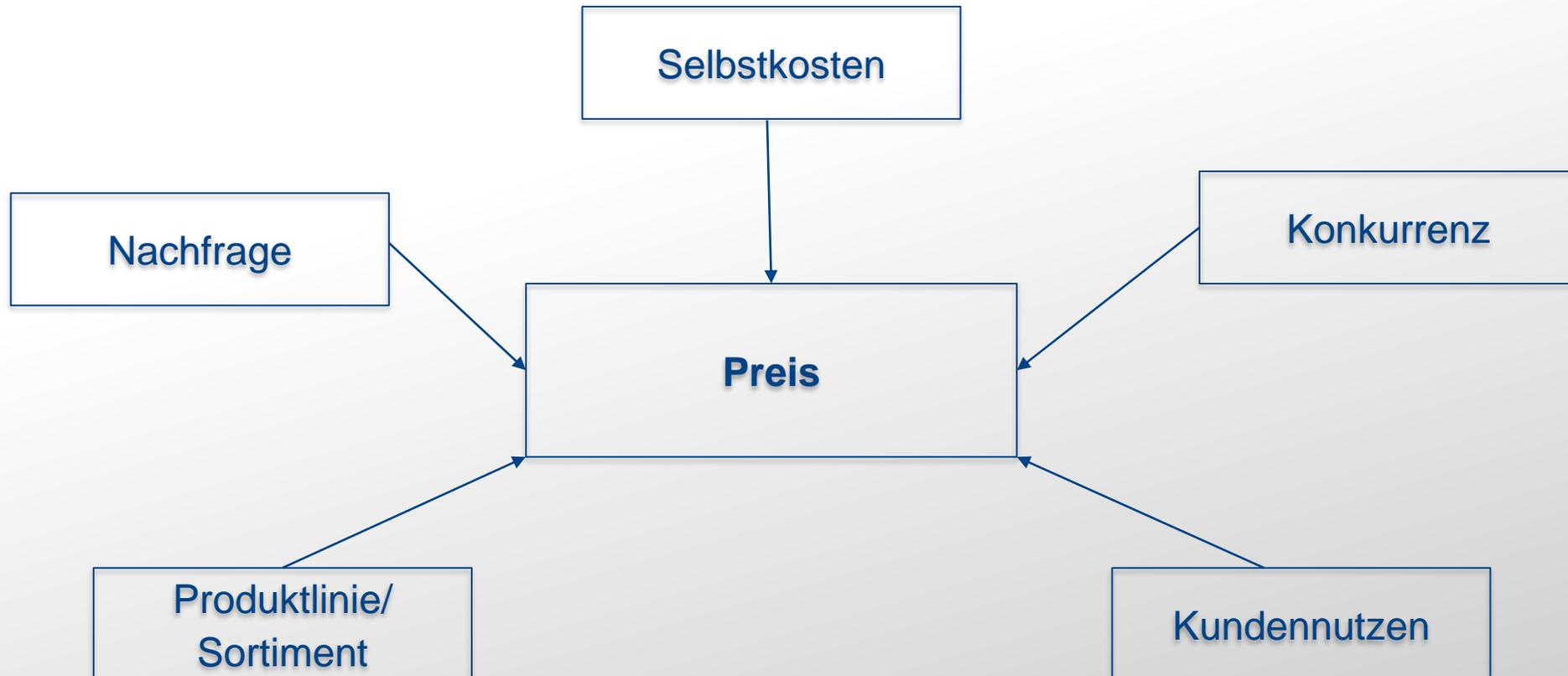
Der Marketing-Mix



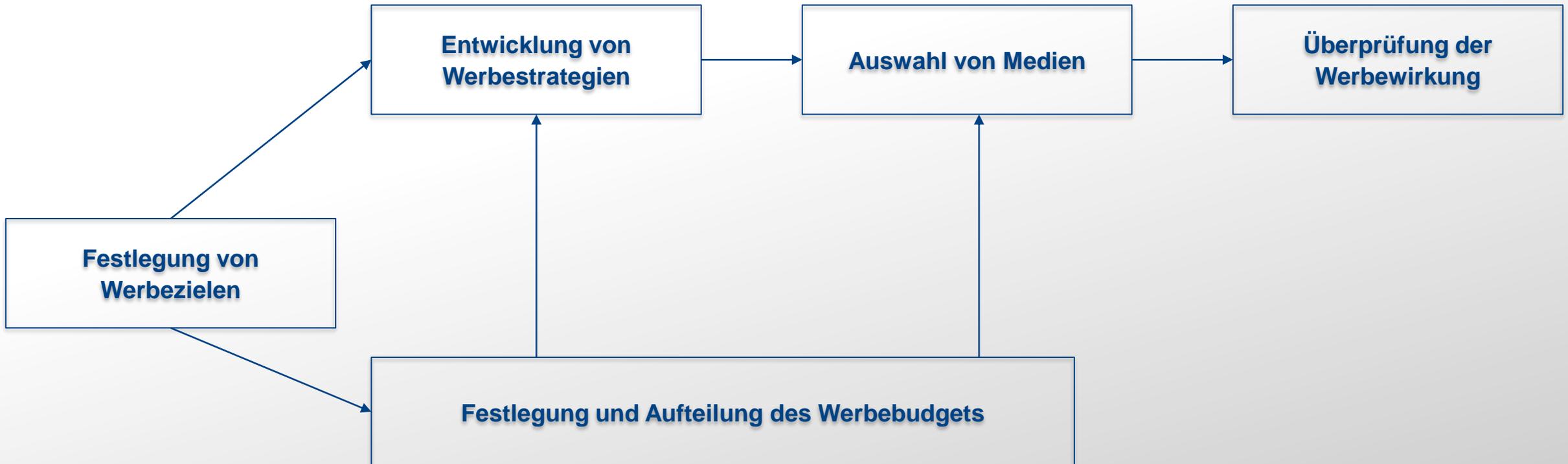
Produktpolitik



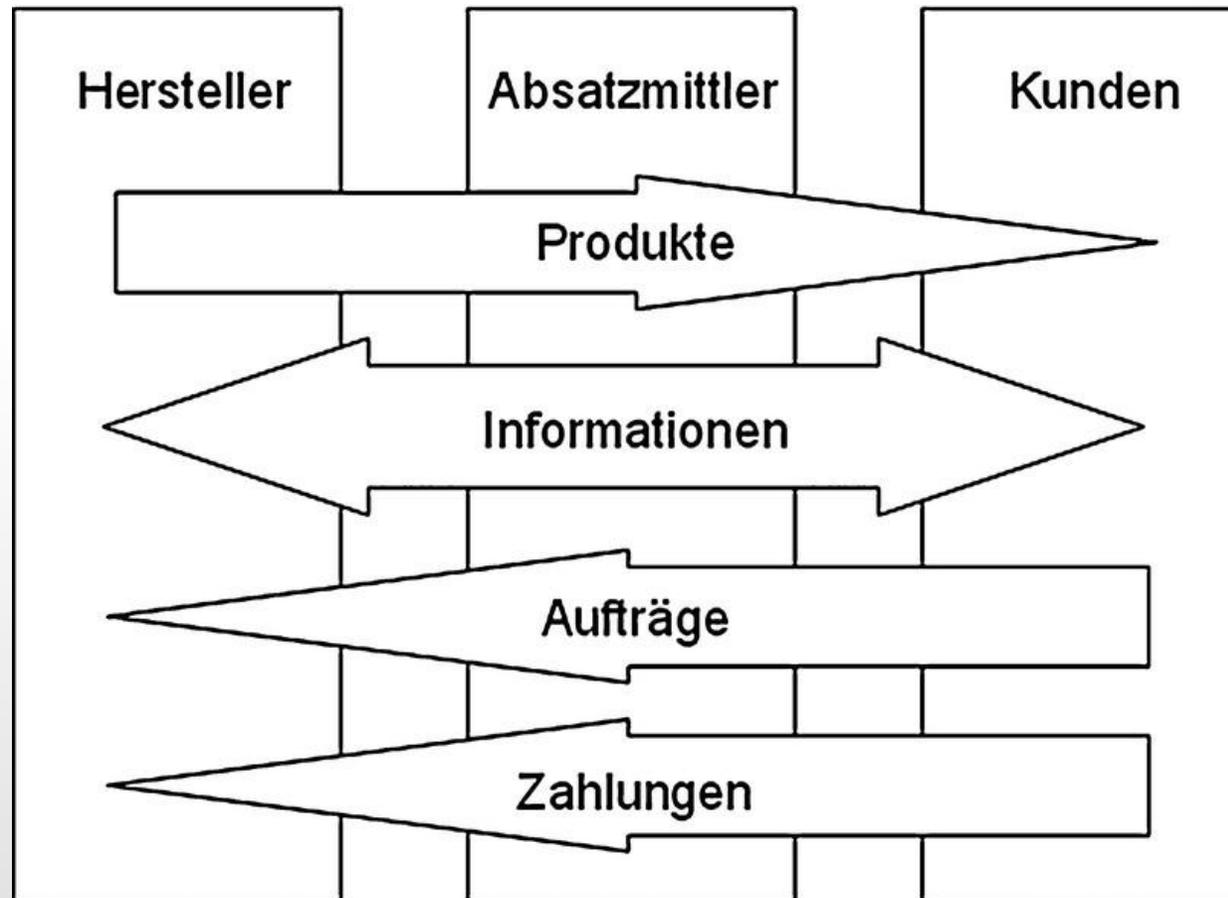
Preispolitik



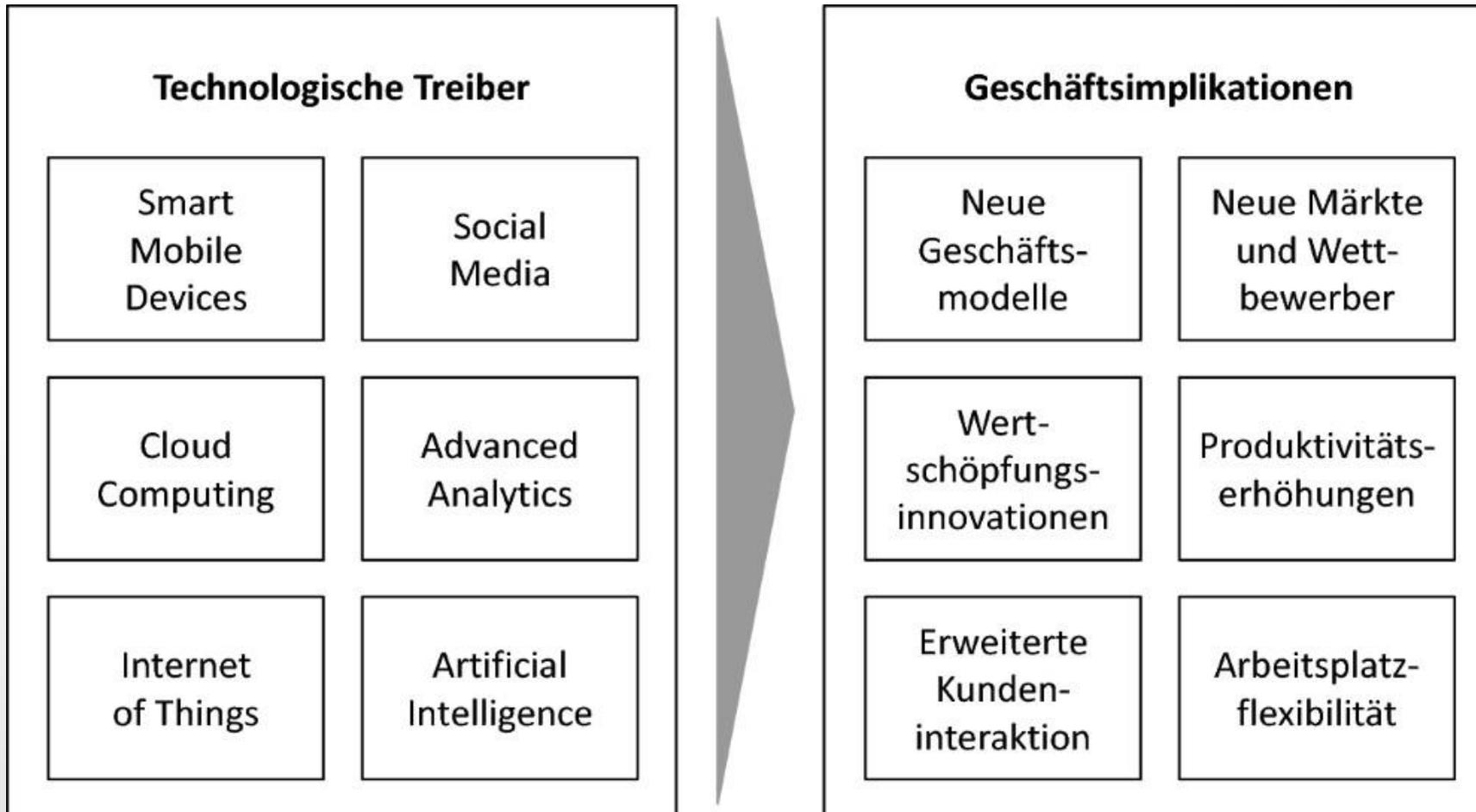
Kommunikationspolitik



Distributionspolitik



Veränderungen im Marketing



Erfolgsfaktoren im Marketing



Werbung verbindet die digitale
und analoge Welt



Daten entwickeln sich zum
digitalen Öl des Marketing



Das Marketing wird intimer



**Kontinuierlicher
Wandel**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

business4school