|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Prouktpolitik | Preispolitik | Kommunikationspolitik | Distributtionspolitik |
| Das Unternehmen verwendet ausschließlich nachhaltige Verpackung.  Das Unternehmen versuch eine möglich hohe Qualität bei den Hardwarekomponenten zu erreichen.  Das Unternehmen bietet neben Hardware auch Software an.  Das Unternehmen verwendet ein Logo mit hohem Wiedererkennungswert.  Das Unternehmen verwendet eine Marke, damit die Kunden mit dem Produkt ein besonderes image verbinden und damit es sich von der Konkurrenz unterscheidet.  Das Unternehmen macht hardware speziell für die Zielgruppe. | Das Unternehmen versucht Konkurrenten im Preis zu unterbieten (z.B. Sonderrabatte)^  Das Unternehmen bietet seinen Kunden grundsätzlich frachtfreie Lieferung an.  Das Unternehmen setzt in der Einführungsphase einen besonders hohen/niedrigen Verkaufspreis an. (Skimming/Penetration)  Das Unternehmen ist immer der teuerste/günstigste Anbieter im Markt (Hochpreis-/Premiumstrategie bzw. Kostenführerschaft) | Das Unternehmen bewirbt seinen neuen PC auf Plakaten / setzt einen Influenzer ein.  Das Unternehmen setzt einen Werbespot im Fernsehen ein.  Das Unternehmen setzt einen Prominenten in seinen Werbemaßnahmen ein (Testimonial)  Das Unternehmen unterstützt ein Gamingevent (Sponsoring) | Das Unternehmen vertreibt seine PC über einen eingenen Webshop und über eigene Filialen bzw. über selbstständige Absatzhelfer (Groß- Einzelhandel)  Das Unternehmen nutzt Franchiser (selbständige Unternehmen, die eine hohe Abhängigkeit vom Hersteller haben)  Das Unternehmen nutzt Shop-in-Shop System.  Das Unternehmen nutz Rack-Jobber. |

Ziel aller Maßnahmen ist es, dass das Unternehmen mit seiner Leistung einen USP (unique sellion position) erricht.

Bevor man Marketinginstrumente einsetzt, müssen Informationen gesammelt werden.

MARKTFORSCHUNG

|  |  |
| --- | --- |
| Marktbeobachtung | Marktanalyse |
| Konstant / Langfristig | Einmalig |