**Produkt- und Sortimentsgestaltung**

* Produktgestaltung
  + Qualität (Funktionalität, Rohstoffe)
  + Aufmachung (Größe, Farben, Motive)
  + Verpackung (schützend, werbewirksam, umweltgerecht, regalgerecht)
  + Markierung (Marke, Schriftzug, Logo)
* Produktbegleitende Servicepolitik
  + Kundendienst (Beratung, Aufbau, Reparatur, Wartung, Entsorgung)
  + Garantie (Verlängerungen, Kulanzverhalten)
  + Schulungen (Verkäufer bzw. Kunden)
* Prozessorientierte Produktpolitik
  + Innovation
  + Differenzierung (Aufnahme programmnaher Produkte)
  + Diversifikation (Aufnahme programmferner Produkte)
    - Horizontal = auf gleicher Wirtschaftsstufe
    - Vertikal = vor- oder nachgelagerte Wirtschaftsstufe
    - Lateral = ohne jeden Zusammenhang
  + Variation (unterschiedliche Ausführungen eines Produktes) z.B. Drucker in weiß, schwarz und silbern
  + Elimination
* Programm- und Sortimentspolitik
  + Zusammensetzung
    - Kernsortiment
    - Randsortiment (nach Saison, oder nach Verfügbarkeit)
* Struktur/Umfang
  + Breit (sehr viele verschiedene Produkte)
  + Schmal (wenig verschiedene Produkte)
  + Flach (wenig Varianten von einem Produkt)
  + Tief (viele Varianten von einem Produkt)

**Preis- und Konditionenpolitik**

Methoden und Strategien der Preisfindung

* Kostenorientierte Preisbildung
* Konkurrenzorientierte Preisbildung
* Rabattpolitik (Treuerabatt, Sonderrabatt, Bonus)
* Nachfrageorientierte Preisbildung
* Monopolistische Preisbildung
* Hochpreispolitik
  + Langfristig (Luxusprodukte)
  + Befristet (Produktinnovation, Nachfrageüberhang)
  + Abschöpfungsstrategie (zunächst hoher Preis, später niedrigerer Preis)
* Niedrigpreispolitik
  + Langfristig
  + Kurzfristig
* Preisführerschaft (keine Preisabsprachen! sondern Preisanpassungen an den Preisführer)
* Preisdifferenzierung
  + Kundenbezogen
  + Räumlich
  + Zeitlich
  + Produktbezogen
  + Mengenstaffel