**Marketing “Vermarktung”**

Marketing ist nicht nur der bloße Vertrieb ( Absatz ) der Produkte, sondern auch Leitgedanke eines einzelnen Unternehmens

* als (‘früher’) noch die Verkäufermärkte und ein **Nachfrageüberhang** vorherrschten → **Produktorientierung**
* im Zuge der Verschiebung zum Käufermarkt und **Angebotsüberhang** muss sich der Verkäufer / Unternehmer bemühen, damit der Kunde seine Produkte kauft

→ **Verkaufsorientierung**

→ Unternehmen müssen sich mit Ihren Produkten und Dienstleistungen an die sich ständig verändernden Bedürfnisse der Kunden anpassen

**Marketing-Ziele**

→ leiten sich aus Unternehmenszielen ab -> sehr vielfältig

1. **Produktpolitische Ziele**

→ Marke / Image aufbauen / Qualitätsstandard / nachhaltiges Verpackungsdesign

1. **Preispolitische Ziele**

→ Preissegment / Konkurrenz verdrängen / Kaufanreize / Rabatte / Sonderangebote

1. **Distributionspolitische Ziele**

→ Vertriebsweg ausbauen / Kostensenkung Materialbeschaffung / Logistik verbessern

1. **Kommunikationspolitische Ziele**

→ Kunden informieren + Kaufmotiv stärken / Kooperationsaufbau / Marktanteil X erreichen / Mitarbeiterschulungen

**Voraussetzungen**

1. Zielgruppe festlegen → Marktsegmentierung
2. Marktforschung (systematische, kriteriengeleitete Untersuchung des Absatzmarktes)

**Marktsegmentierung**

→ Einteilung des Gesamt Absatzgebietes (Absatzmarkt) in einzelne Teilmärkte (Teilbereiche)