**Präsentationen 11 – 14**

**1. Produkt- und Sortimentspolitik**

**- Produktentwicklung:** Schaffung neuer Produkte, die auf Marktforschung basieren und die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden erfüllen.

**- Produktvariation:** Anpassung vorhandener Produkte, um auf Veränderungen in den Verbraucherpräferenzen oder technologischen Fortschritt zu reagieren.

**- Produkteliminierung:** Entfernung von Produkten aus dem Sortiment, die nicht mehr den Zielen des Unternehmens entsprechen oder am Markt nicht erfolgreich sind.

**- Sortimentsverwaltung:** Entscheidungen über die Breite und Tiefe des Sortiments, um die Bedürfnisse verschiedener Kundensegmente abzudecken.

**2. Kontrahierungspolitik**

**- Preispolitik:** Festlegung von Preisen, Rabatten und Preisunterscheidung für verschiedene Marktsegmente.

**- Verkaufsbedingungen:** Beinhaltet Zahlungsbedingungen, Lieferkonditionen, Garantien und Nachverkaufsdienste.

**- Servicepolitik:** Definition von Kundendienstleistungen vor, während und nach dem Kauf zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit und -loyalität.

**3. Distributionspolitik**

**- Kanalstruktur:** Entscheidung über direkte oder indirekte Vertriebskanäle.

**- Logistik und Distributionsmanagement:** Umfasst Lagerung, Transport und Handhabung der Produkte vom Hersteller bis zum Verbraucher.

**- Distributionsstrategien:** Entwicklung von Strategien zur Maximierung der Marktabdeckung und Kundenreichweite.

**4. Kommunikationspolitik**

**- Werbung und Promotion:** Einsatz verschiedener Werbeformen zur Information und Überzeugung potenzieller Kunden.

**- Öffentlichkeitsarbeit:** Verwaltung des öffentlichen Images und der Beziehungen zu den Medien.

**- Persönlicher Verkauf:** Einsatz von Verkaufspersonal für direkte Interaktionen mit Kunden und zur Unterstützung von Transaktionen.