Patrycja Lasek

Nr. albumu: 125969

FiR, 2 rok 4 semestr

**DER MARKETING**

**MARKETING DEFINITION**

Marketing ist ein wichtiger Bestandteil der Strategie eines jeden Unternehmens. Marketing sind alle Anstrengungen eines Unternehmens, seine Produkte und/oder Dienstleistungen erfolgreich auf dem Markt abzusetzen, um die Bedürfnisse (potenzieller) Kunden zu befriedigen.

**MARKETING MIX – 5P**

Um die Marketingziele zu erreichen, werden verschiedene **Marketinginstrumente** verwendet. Die wichtigsten Marketinginstrumente sind die **5P**, die du auch **[Marketingmix](https://studyflix.de/wirtschaft/marketing-mix-1418)**nennst:

* **Produktpolitik (Product)**

Die Produktpolitik beinhaltet Aspekte wie Produktgestaltung, Stil, Qualität, Verpackung, Größe, Markenname, Sortimentplanung sowie Service und Garantien.

Natürlich spielt auch der **USP** (Unique Selling Point) eine Rolle: Er legt fest, wodurch sich das Produkt von den anderen auf dem Markt abhebt und welche Kundenbedürfnisse es erfüllt.

* **Preispolitik (Price)**

Wie der Name schon sagt, geht es bei der [Preispolitik](https://studyflix.de/wirtschaft/preispolitik-1181)um den Preis eines Produkts oder einer Dienstleistung. So legt die Preispolitik unter anderem Rabatte und Boni sowie Lieferungs- und Zahlungsbedingungen fest.

* **Distributionspolitik (Place)**

Der Distributionspolitik dazu zählen zum Beispiel: Standorte, Außen- und Innendesign, Lagerhaltung, Transportmöglichkeiten, Absatzkanäle und –mittler. Zur Distributionspolitik zählt vor allem die Überlegung, wie das Produkt zum Kunden kommen soll.

* **Kommunikationspolitik (Promotion)**

Bei der [Kommunikationspolitik](https://studyflix.de/wirtschaft/kommunikationspolitik-1173)geht es um die Interaktion mit den Kunden und die Bekanntmachung des Produkts sowie des Unternehmens. Das Unternehmen legt Marketingmaßnahmen fest, die auf verschiedenen Marketingkanälen umgesetzt werden. Die meisteingesetzten Mittel der Kommunikationspolitik sind Werbung, der persönliche Verkauf, Verkaufsförderung, Messen, Sponsoring.

* **Personalpolitik** (People)

Damit das Unternehmen gedeihen kann, sollte für alle Mitarbeiter gesorgt werden; von Menschen, die in der Produktion arbeiten, bis hin zu Managern.

Die Personalpolitik beinhaltet Personalkapazität, Qualifizierung des Personals, Schulungsbedürfnisse, Mitarbeitermotivation

**GRUNDLAGEN FÜR EIN ERFOLGREICHES MARKETING**

Die 5P’s sind Marketinginstrumente zur Umsetzung von Marketingmaßnahmen. Doch um zu wissen, welche Marketingmaßnahmen nötig sind, solltest du zuerst die [Marketingstrategie](https://studyflix.de/wirtschaft/marketingstrategien-5883)formulieren. Sie ist die Grundlage für ein erfolgreiches Marketing!

Um die Marketingstrategie festzulegen, musst du folgende Aspekte genau betrachten:

1. **Analyse der Zielgruppe**

Die Marketingmaßnahmen speziell immer auf eine Zielgruppe. Je genauer die Zielgruppe definiert ist, desto besser kannst du auf die Bedürfnisse eingehen und desto konkreter kannst du Marketingmaßnahmen

1. **USP – Alleinstellungsmerkmal**

Bereits bei der Unternehmensgründung ist es wichtig zu wissen, was das Unternehmen oder das eigene Produkt einzigartig macht. Wodurch hebt es sich von der Konkurrenz ab und welchen Mehrwert bietet es?

1. **Festlegung der Marketingziele**

Mithilfe der Marketingziele kannst du im Nachhinein überprüfen, ob die Maßnahmen tatsächlich etwas gebracht haben. Außerdem helfen sie dabei, die Marketingstrategie zielgerichteter und effizienter

1. **Corporate Identity**

Die Corporate Identity beschreibt, wie das Unternehmen intern von Mitarbeitern und Gründern wahrgenommen wird. Am besten ist es, wenn das interne Bild (Corporate Identity) mit dem Bild an Außenstehende (Corporate Image) identisch ist. Intern sollten also genau die Werte umgesetzt werden, die das Unternehmen nach außen vertritt.

**WÖRTERBUCH**

wichtig - ważne

der Bestandteil – składnik/element

die Anstrengung – wysiłek

erfolgreich – udany

absetzen – sprzedawać

das Bedürfnis – potrzeba

befriedigen – zaspokoić

erreichen – osiągać

verwenden – zastosowanie

die Produktpolitik – polityka produktowa

beinhalten – obejmować

die Produktgestaltung – projekt produktu

erfüllen – spełniać

die Preispolitik – polityka cenowa

der Preis – cena

die Lieferbedingungen – warunki dostawy

die Zahlbedingungen – warunki płatności

die Distributionspolitik – polityka dystrybucji

der Standort – lokalizacja

Außendesign/ Innendesign – wygląd zewnętrzny/wewnętrzny

die Lagerhaltung – magazynowanie

der Absatzkanal – kanał sprzedaży

der Vermittler – pośrednik

die Kommunikationspolitik – polityka komunikacyjna

die Bekanntmachung – promowanie

verschieden – różny

die Werbung – reklama

die Messe – targi

die Personalpolitik – polityka kadrowa

gedeihen – rozwijać

Schulungsbedürfnisse – potrzeby szkoleniowe

die Grundlage – podstawa

nötig – konieczny

festlegen – określać

die Zielgruppe – grupa docelowa

genau – dokładnie

das Alleinstellungsmerkmal –unikalny produkt sprzedaży

einzigartig – wyjątkowy

der Marketingziel – cel marketingowy

tatsächlich – rzeczywiście

zielgerichtet – ukierunkowany

effizient – skuteczny

der Gründer – założyciel

wahrgenommen – postrzegany

das Bild – wizerunek

der Wert - wartość

**QUELLEN:**

<https://111percent.world/lexikon/marketing>

<https://centralstationcrm.de/marketing#marketing-mix>

<https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/37680-marketing-mix-das-funfte-p>

<https://www.marketing-studieren.de/infos/was-ist-marketing/#marketingformen>

<https://studyflix.de/wirtschaft/marketing-5223>