

Test

Grundlagen des Marketings

Nennen Sie die 4 P's im Marketing

1. product
2. price
3. promotion
4. place

Marktforschung Basis

1. Wenn man in der Marktforschung auf vorhandene Daten zurückgreift spricht man von Primärforschung.
2. Wenn man in der Marktforschung auf vorhandene Daten zurückgreift spricht man von Sekundärforschung.
3. Wenn man in der Marktforschung auf vorhandene Daten zurückgreift spricht man von Tertiärforschung.

Nennen Sie 4 Instrumente der Marktforschung.

1. Befragung
2. Markttest
3. Labortest
4. Motivstudien

Worauf sollte ein(e) Marketingmanager(in) Einfluss haben?

Auf das Produkt oder die Leistung
Auf Kostenziele des gesamten Unternehmens
Auf die Preisbildung der Produkte oder Leistungen
Auf die Einkaufspreise der Produkte oder Leistungen
Auf die Kommunikation mit den KundInnen

Verbinden Sie die 2 verwandten Begriffe im Zusammenhang mit den Bedürfnissen.

Körperliche Bedürfnisse - Nahrung
Soziale Bedürfnisse - Zuneigung
Individuelle Bedürfnisse - Wissen

Nennen Sie 3 quantitative und 3 qualitative Marketingziele.

Qualitativ:

Vertrauen

Bindung

Bekanntheitsgrad

Quantitativ:

Umsatzziele

Gewinnziele

Marktanteilsziele

Nennen Sie 3 Merkmale der Penetrationsstrategie.

1. Produkteinführung zu niedrigen Preisen
2. Strategie ist geeignet für eine rasche Marktdurchdringung
3. langsame Amortisationsdauer von Investitionen