

2.1 Produktlebenszyklus

1

Wie nennt man die 5 Phasen im Produktlebenszyklus?

2.1 Produktlebenszyklus

S. 42

Phase 1: Einführung

Phase 2: Wachstum

Phase 3: Reife

Phase 4: Sättigung

Phase 5: Degeneration

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

2.2 Produktportfolio

2

Ergänzen Sie die folgende Produktfoliodarstellung.



Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

2.2 Produktportfolio

S. 44



Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

2.3 Marketing

3

„Marketing“ im weiteren Sinne umfasst: „Marketingziele“ und „Marketinginstrumente“.

Was versteht man unter diesen beiden Begriffen?

2.3 Marketing

S. 45

„Marketingziele“

Klare Produktziele und Marktziele
(Sortiment) (Käufergruppen)

„Marketinginstrumente“

Mittel und Verfahren zur Erreichung der vorgegebenen Ziele (Gestaltung des Produkts, Preiskonditionen, Verkaufswege, Werbung)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

2.3 Marketing

4

Was für ein Sortiment hat die Unternehmung „GameStop“ im Vergleich zum Warenhaus „Manor“?



Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

2.3 Marketing

S. 46

GameStop hat ein

- schmales Sortiment (wenig unterschiedliche Produktarten)
- tiefes Sortiment (viele Varianten von Video-Spielen)

Manor hat demgegenüber ein

- breites Sortiment (viele unterschiedliche Produktarten)
- flaches Sortiment (wenige Varianten von Video-Spielen)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Nach der Produktentwicklung folgt die Phase der Produkteinführung, in welcher der Markt auf das neue Produkt vorbereitet wird.

Welche konkreten Massnahmen kann man sich unter einer „Produkteinführung“ vorstellen?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

„Produkteinführung“ z. B. durch

- Werbung
- Produktvorführungen
- Verkäuferschulung
- Gut verständliche Gebrauchsanweisungen

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Was ist der Unterschied zwischen „Marktforschung“ und „Markterkundung“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Marktforschung

- systematisch und wissenschaftlich
- teuer
(häufig für grosse Unternehmungen durch Marktforschungsinstitute)

Markterkundung

- nicht systematisch und nicht wissenschaftlich
- günstiger (häufig für KMU durch Messebesuche, Gespräche mit Kunden, Weiterbildungsseminare)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Welches sind die 2 wichtigsten Methoden der Marktforschung?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

- Befragungen
(schriftlich oder mündlich, qualitativ oder quantitativ)
- Tests
(in Versuchsgruppen oder Versuchsmärkten)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

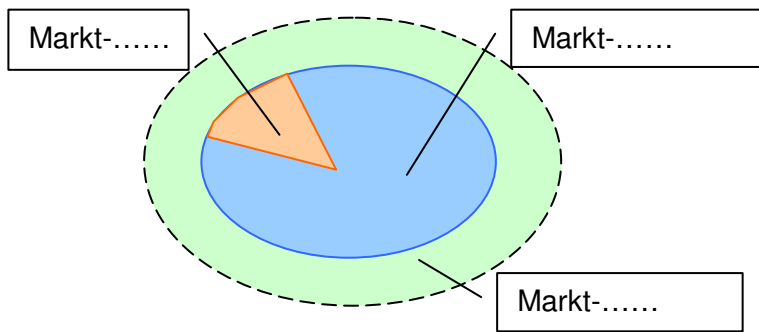
Aufgrund von welchen Kriterien kann ein Markt in so genannte „Marktsegmente“ aufgeteilt werden?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

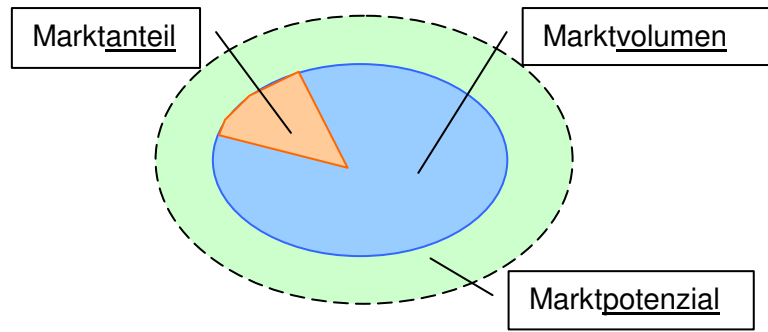
- Geografisch
- Alter
- Geschlecht
- Einkommen
- Soziale Schicht
- Persönlichkeitsmerkmale
- Bestimmte Verhaltensweisen

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Ergänzen Sie die folgenden Begriffe.



Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.



Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

Was versteht man unter „Rationalisierung“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

Aktive Verbesserung der Kostensituation

z.B.
durch Kostensenkung oder
durch Qualitätsverbesserung

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

Welches sind die zentralen Merkmale der Rationalisierung bei Herstellungsprozessen?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

- **Arbeitsteilung**
Aufteilung der Herstellung von Gütern und Dienstleistung in verschiedene Teilprozesse
- **Mechanisierung**
Ersatz von Arbeitskraft durch Maschinen
- **Spezialisierung**
Konzentration auf jene Teilprozesse, die den höchsten Ertrag versprechen

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

Eine Unternehmung muss „organisiert“ werden.
Was versteht man darunter?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

„organisieren“ heisst:

Den ganzen Arbeitsprozess in einzelne Teilaufgaben gliedern und diese bestimmten Mitarbeitern (Stellen) zuteilen

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag, Zürich, 2007.

Was versteht man unter „Reengineering“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Unter „Reengineering“ versteht man die

radikale Umgestaltung der bestehenden Arbeitsabläufe und Strukturen auf neu formulierte Ziele (z.B. mehr Kundennähe)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Wie können Dienstleistungen „automatisiert“ werden?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Durch Fortschritte in der Informationstechnologie

z.B. E-Mail – und Internet bei der Buchung von Konzerten, Flugreisen, Hotels

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Was ist der Unterschied zwischen

Marketing im engeren Sinne

und

Marketing im weiteren Sinne

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Marketing im engeren Sinne (4 P)

- Produktgestaltung („product“)
- Preispolitik („price“)
- Vertriebspolitik („place“)
- Werbung („promotion“)

Marketing im weiteren Sinne

- Leistungswirtschaftliches Konzept mit Zielen, Mitteln und Verfahren

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Um was geht es beim Marketinginstrument „**Produktgestaltung**“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Produktgestaltung

- Marke?
- Design?
- Verpackung?
- Kundendienst?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Um was geht es beim Marketinginstrument
„Preispolitik“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Preispolitik

- Preisentscheidungen?
- Rabattentscheidungen?
- Zahlungsfristen und Skonto?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Welche verschiedenen
Arten von „Rabatten“
kennen Sie?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

- Wiederverkaufsrabatt
- Mengenrabatt
- Einführungsrabatt
- Treuerabatt
- Rabattsysteme mit Marktforschungseffekt

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Um was geht es beim Marketinginstrument
„Vertriebspolitik“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Vertriebspolitik (Distribution)

- Lagerung und Transport?
- Absatzwege?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Was ist der Unterschied zwischen einem
direkten und einem indirekten Absatzweg?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

- „direkter Absatzweg“
= Produkte und Dienstleistung selbst an die
Konsumenten liefern (z.B. Dorfbäckerei).
- „indirekter Absatzweg“
= Produkte und Dienstleistung über Dritte an
die Konsumenten liefern (z.B. Hiestand
Backwaren über Tankstellen)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Was versteht man unter dem Begriff
„Logistik“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Logistik

= Steuerung sämtlicher Warenströme,
d.h. Beschaffung, Produktion und Absatz

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Um was geht es beim Marketinginstrument
„Werbung“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Werbung

- Konkrete Ausgestaltung der Informationen über ein Produkt (emotional und/oder informativ)
- Gemäss dem AIDA-Wirkungsmodell?
 - Attention (Aufmerksamkeit erregen)
 - Interest (Interesse wecken)
 - Desire (Wunsch oder Bedürfnis auslösen)
 - Action (Kaufhandlung bewirken)

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Was ist der Unterschied zwischen
„Werbung“ und „Public Relations“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

- „Werbung“ = Vermittlung von Informationen über Produkt bzw. Dienstleistung.
- „PR“ = Gestaltung des Öffentlichkeitsbildes einer Unternehmung

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

Was versteht man unter dem Begriff
„Marketing-Mix“?

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.

„Marketing-Mix“ =

Koordination (Abstimmung) aller
Marketingentscheidungen

Saxer, U.: Basiswissen Betriebswirtschaft. Versus Verlag. Zürich. 2007.