

# Marketing-Mix

Stellt Euch bitte vor, Ihr wollt ein Unternehmen gründen.  
Entscheidet konkret, welche Produkte oder welche Dienstleistungen Ihr vermarkten möchtet.  
Entwickelt für Euer Unternehmen einen entsprechenden Marketingmix.

Hier noch einmal die 7 Ps:

- Product
- Price
- Place
- Promotion
- Personal
- Process
- Physical Facilities

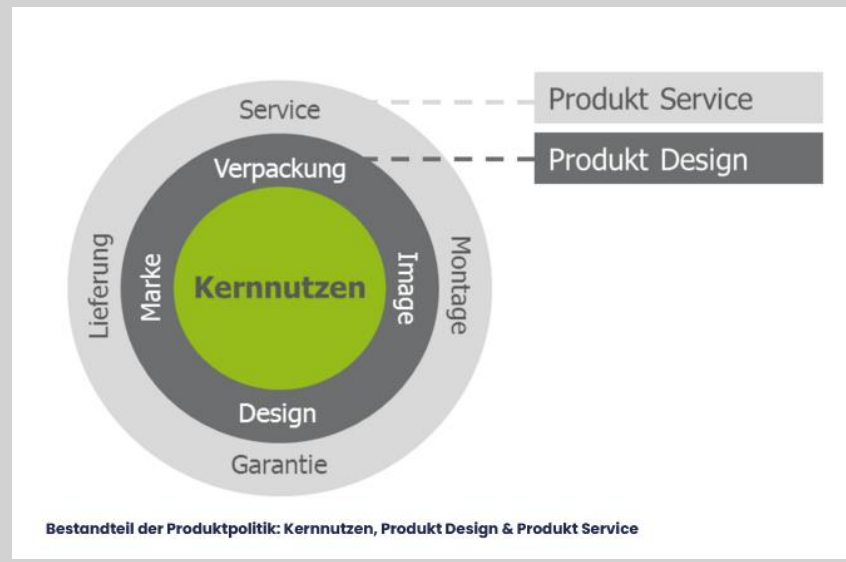
# „Eure Unternehmen“

Vorstellung Eurer „Unternehmen“ bzw.  
der entwickelten Marketingstrategien

# Product

- **Product (Produktpolitik):**

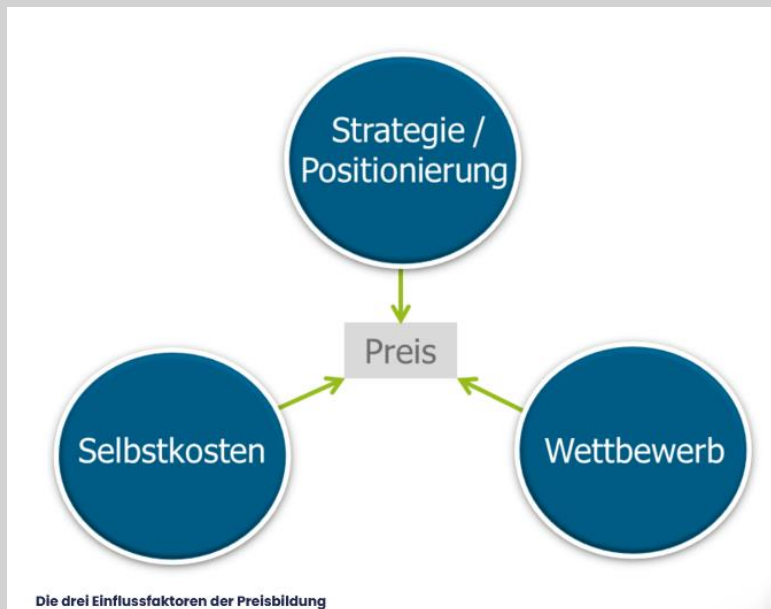
Die Produktpolitik als eines der Marketinginstrumente setzt sich mit der Frage auseinander, wie man das optimale Produkt für die eigene Zielgruppe gestaltet, sodass ein Mehrwert beim Kunden entsteht.



# Price

- **Price (Preispolitik):**

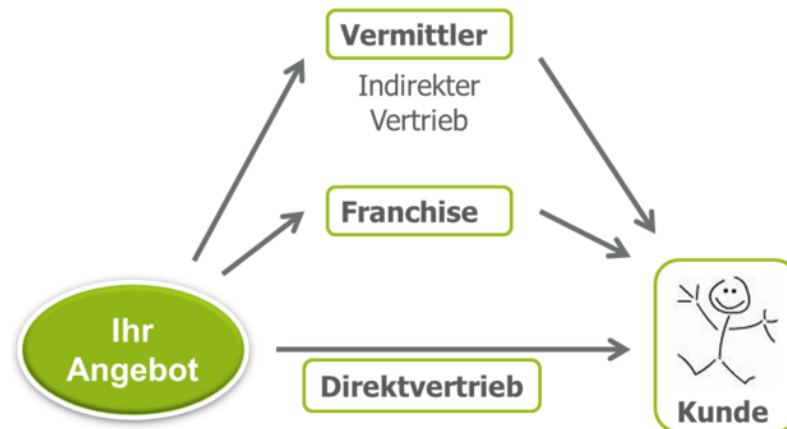
Unter die Preispolitik fallen alle Entscheidungen des Unternehmens, die sich auf die Preisgestaltung für ein Produkt auswirken.



# Place

- **Place (Distributionspolitik):**

In der Distributionspolitik wird die Frage beantwortet, wie ein Produkt zum Kunden kommt. Die Arten an Vertriebswegen sind vielfältig und müssen an Zielgruppe und Produktart angepasst werden.

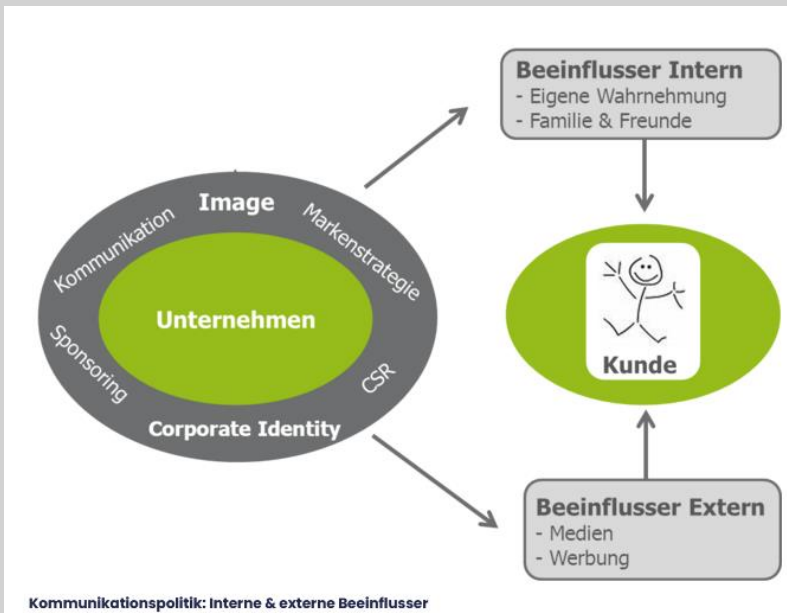


Distributionspolitik: der Weg zum Kunde per Direktvertrieb, Vermittler oder Franchise

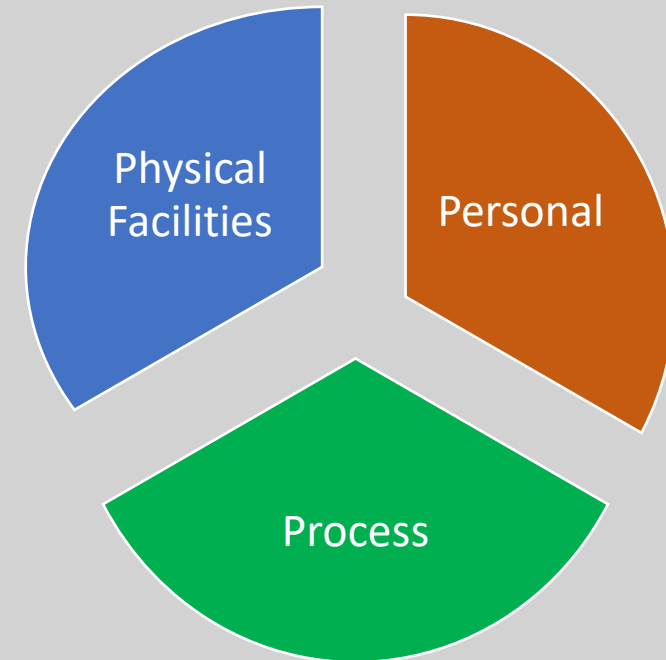
# Promotion

- **Promotion (Kommunikationspolitik):**

Bevor der Kunde ein Produkt kauft, muss er von dessen Existenz und seinem Mehrwert erfahren. Die Kommunikationspolitik beschäftigt sich mit genau dieser Problemstellung. Sie gehört zu einem derjenigen Marketinginstrumente, welche in der Öffentlichkeit am stärksten wahrgenommen werden.



# Marketingmix



# Marketing



**Wie nutzt Apple die 7 Ps im Marketing-Mix?**

# Marketing Apple

Product	Price	Place	Promotion
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edles Design</li> <li>• Eigenes Ökosystem</li> <li>• Einfachheit &amp; Benutzerfreundlichkeit</li> <li>• Verkauft nicht nur Technik, sondern ein <b>Erlebnis</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premium-Preisstrategie</li> <li>• Produkte oft teurer als Konkurrenz</li> <li>• Kaum Rabatte</li> <li>• <b>Exklusivität</b> und hohe Qualität vermitteln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigene Stores</li> <li>• Online-shop und ausgewählte Händler</li> <li>• Starke Kontrolle über Verkaufsumgebung</li> <li>• Apple bestimmt genau, <b>wie und wo</b> du kaufst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimalistische, emotionale Werbung</li> <li>• Große Produkt-Events wie Apple Keynote</li> <li>• Fokus auf Storytelling statt technische Details</li> <li>• „Think different“ – Marke steht im Mittelpunkt</li> </ul>

# Marketing Apple

People	Process	Physical Facilities	FAZIT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gut geschultes Personal im Store</li> <li>• Freundlich, kompetent, beratend</li> <li>• Mitarbeitende sind Teil des Marken-erlebnisses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfacher Kaufprozess</li> <li>• Intuitive Einrichtung der Geräte</li> <li>• Nahtlose Integration zwischen Geräten</li> <li>• Alles wirkt schnell, einfach, „reibungslos“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderne, minimalistische Apple-Stores</li> <li>• Viel Glas, klare Linien, hochwertige Materialien</li> <li>• Produkte zum Ausprobieren</li> <li>• <b>Clean, hochwertig, innovativ</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Premium-Produkte + Premium-Preis</b></li> <li>• <b>Kontrollierter Vertrieb + starke Marke</b></li> <li>• <b>Erlebnis im Store + einfache Nutzung</b></li> </ul>

**Vergleich**



**SAMSUNG**

Worin unterscheiden sich die beiden Marktführer?