

Thema	Übungsaufgaben Marketing
Dokumentart	Übungen
Theorie im Buch "Integrale Betriebswirtschaftslehre"	Teil: C1 Marketing Kapitel: verschiedene

Übungsaufgaben Marketing

1 Qualitative Umweltanalyse (Kapitel 1.7.1)

Sie möchten sich den Traum der Selbstständigkeit erfüllen und machen ein eigenes Sonnenstudio namens „Beach-Life“ auf. Das Besondere an Ihrem Studio ist die Atmosphäre, die Urlaub vermitteln soll. Wenn man das Studio betritt, dann wird man mit Meeresrauschen und entspannender Musik begrüßt. Die Kabinen mit den Sonnenliegen sind ebenfalls im Urlaubsambiente gehalten. Der Verkaufstresen ist im Stil einer Strand-Bar dekoriert und wird von einer jungen Dame und einem jungen Herren in moderner, stilvoller Freizeitkleidung geführt. Dort werden sowohl Cocktails wie nicht alkoholische Getränke geboten und Informationen zu den 10 Sonnenliegen. Die Preise für das Sonnenbaden liegen über dem Durchschnitt sonstiger Studios; die Getränkepreise sind vergleichbar mit denen in Cafés und Bars. Bislang steht das Konzept, Sie müssen jetzt jedoch vermehrt an die Entwicklung des Marketingkonzeptes denken, denn Sie haben in einer ersten Euphorie vor allem an die Gestaltung des Geschäftslokals gedacht. Um gezielt am Markt vorzugehen, gilt es jetzt, die Einflüsse zu sondieren und die Zielkunden zu beschreiben.

- Beschreiben Sie bitte mögliche Zielkunden für Ihr Konzept anhand der Segmentierungskriterien.
- Stellen Sie bitte anhand des Marktsystems dar, welche Einflüsse es auf dem Markt gibt und wie sie sich auf Ihr Angebot auswirken können?
- Wo sehen Sie persönlich die grössten Hürden für Ihr Angebot und warum? Wie würden Sie diesen Hürden begegnen?

2 Neue Produktlinie (Kapitel 1.7ff., 2.2 und 2.3ff.)

Sie sind in einem grossen Schweizer Lebensmittelkonzern tätig und betreuen als Produktmanagerin/Produktmanager das Sortiment Tafelschokoladen. Es handelt sich um Markenprodukte, die im Schnitt Fr. 2.50 im Handel kosten. Im Sortiment sind bislang die gängigen, traditionellen Geschmacksrichtungen (Vollmilch bis Zartbitter in Variationen). Sie haben nun den Auftrag erhalten, eine neue Tafelschokolade zu kreieren, die zu einer neuen Linie mit einem neuen Markennamen aufgebaut werden kann. Dabei sollen Sie sich an einem aktuellen Trend orientieren.

- Welche Möglichkeiten haben Sie, um sich Impulse für eine neue Produktlinie zu holen?
- Wie würde Ihr Vorschlag für eine neue Produktlinie aussehen und auf welchen Trend stützen Sie Ihre Idee?
- Definieren Sie bitte eine Zielgruppe für Ihr Angebot anhand der Segmentierungskriterien und beschreiben Sie auch mögliche externe Beeinflusser!

d) Mit welchen Risiken müssen Sie allenfalls bei der Lancierung dieser neuen Linie rechnen?

3 Anforderungen an Marketingziele

Welche Anforderungen sollten bei der Festlegung von Marketingzielen grundsätzlich erfüllt sein?

4 Produktebenen und Gestaltungsmuster (Kapitel 2.1 und 5.2.7)



Schauen Sie sich bitte die Maggi-Anzeige an und beantworten Sie folgende Fragen:

- Welche Indizien können Sie für die Erklärung der einzelnen Produktebenen ausmachen?
- Wie versucht man für das Produkt eine positive Einstellung beim Betrachter und möglichen Kunden zu erlangen?
- Welches Gestaltungsmuster wird eingesetzt und warum?
- Welche Bedürfnisse werden – gemäss der Pyramide von Maslow – wie angesprochen?

5 Kaufentscheidungsprozess

Sie wollen sich ein neues Velo kaufen. Bitte beschreiben Sie anhand des Kaufentscheidungsprozesses, mit welchen Einflüssen Sie wie rechnen müssen.

6 Qualitative Umweltanalyse (Kapitel 1.7.1)

Sie arbeiten in einem Unternehmen der Textilindustrie, welches neu in den Markt der Sportbekleidung eintreten will. In einer ersten Phase sollen vor allem Bekleidungsstücke für Outdoor-Sport angeboten werden (Themenbereiche Jogging, Climbing etc.). Das Angebot soll unter der Marke „ON TOP“ angeboten werden. Als Stärke will die Firma eine neue Mikrofaser namens TRIMENA werblich herausstellen. Diese Mikrofaser ist dafür verantwortlich, dass die Bekleidung optimal atmungsaktiv ist und einen höchstmöglichen Komfort beim sportlichen Einsatz gibt. Für Ihr Unternehmen ist dieser Markt der Sportbekleidung neu. Bisher hat man sich im Bereich der konventionellen Damen-Oberbekleidung bewegt und die Zielgruppe der ab 35jährigen Frauen angesprochen. Durch eine personelle Veränderung in der Geschäftsleitung kam es zu dieser neuen Ausrichtung, die parallel zum üblichen Angebot verfolgt werden soll.

Sie sollen jetzt eine Analyse der Marktchancen von „ON TOP“ aufbereiten und dafür die positiven und negativen Einflussfaktoren auf dem Markt evaluieren, damit man weiter planen kann und die Einführungs- und Vermarktungsstrategie entwickeln könnte.

- a) Stellen Sie bitte anhand des Marktsystems dar, welche Einflüsse es auf dem Markt gibt und wie sie sich auf das Angebot auswirken können?
- b) Wo sehen Sie persönlich die grössten Hürden für das Angebot und warum? Wie würden Sie diesen Hürden begegnen?
- c) Man denkt im Unternehmen darüber nach, die Profilierungsstrategie für die Einführung des neuen Angebotes zu wählen. Was hätte das für Vorteile?