

Analysebogen
zur Selbsteinschätzung des Teilnehmers

Marketing für Nicht-Marketing-Fachleute

Bitte füllen Sie den folgenden Bogen durch Ankreuzen aus.
Prüfen Sie dabei selbst,
ob Sie die folgenden Begriffe in ihrer Definition exakt verstehen
sowie in praktische Situationen/Beispiele einordnen können.

Begriff	ja	ungefähr	nein
Markt und Marktteilnehmer Käufer-/Verkäufermarkt Marketing			
Bedürfnisse Bedarf Nachfrage			
Marketingziele Marketingstrategie Strategische Erfolgsfaktoren			
Marktsegmentierung USP und SWOT-Analyse Positionierung			
Dachmarkenstrategie Halo-Effekt Produktlebenszyklus			
Portfolioanalyse Abschöpfungs- und Penetrationsstrategie Preisdifferenzierung			
Diversifikation Distributionspolitik Customer Relationship Management			
Kano-Analyse Empowerment Kommunikationsinstrumente			
Promotion Verkaufsförderung Public Relations			
AIDA-Formel Uno-actu-Prinzip Marketing-Mix			

Wenn Sie fünf oder mehr Begriffe mit ungefähr oder nein angekreuzt haben, werden Sie in diesem Seminar einen Wissensvorsprung erwerben, den Sie direkt in die Praxis umsetzen.