

Grundeinstellungen des Unternehmens gegenüber dem Markt

Ein Unternehmen macht Geld, wenn es die Kunden mehr zufriedenstellt als es die Konkurrenz vermag

Gewinn durch zufriedene Kunden

Fokussierung auf den Markt

- kein Unternehmen kann jeden Markt bedienen
- sorgfältige Grenzen ziehen
- Zielmarkt das passende Marketingprogramm



Marketingfunktionen auf einander abstimmen

Verkauf, Werbung, Marktforschung etc.

Aktivitäten mit allen Unternehmensbereichen abstimmen

Marketing nicht nur der Marketingabt. überlassen!

koordiniertes Marketing

Orientierung am Kunden

- aus der Sicht des Kunden
- Marktforschung betreiben
- Produkte sind meist Kompromisse
- Ziel: Produkte verkaufen und Kunden zufriedenstellen
- Kundenbindung ist wichtiger als Neukundengewinnung