

Marketing

Übung

Dozent: M. Sc. Annette Liebermann
Fakultät Informatik
www.multi-media-marketing.org

Wo zu finden?
F 110

Wie zu kontaktieren?
email: a.liebermann@fh-sm.de

Vorlesung: Prof. Dr. rer. pol. Thomas Urban

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 1

Vom Verkaufen zum Customer Relationship Management (CRM)

Aufgabe 1 – Begriff „Marketing“:

Definieren Sie den Begriff „**Marketing**“!

Lösung:

-
-
-

->

Aufgabe 2 – Merkmale des Marketings:

Nennen Sie die „**fünf Merkmale des Marketings**“!

Lösung:

-
-
-
-
-

Aufgabe 3 – Anbieter-Nachfrager-Modell:

Skizzieren Sie das „**einfache Anbieter-Nachfrager-Modell**“! Was ist hierbei unter dem „**Gratifikationsprinzip**“ und dem „**Kapazitätsprinzip**“ zu verstehen? Nennen Sie für jedes dieser beiden Prinzipien jeweils **zwei Beispiele** für Nachfrager und für Anbieter!

Lösung (1):

Lösung (2):

- Gratifikationsprinzip:
 -
 - Beispiele Nachfrager:
 -
 -
 -
 - Beispiele Anbieter:
 -
 -
 -

Lösung (3):

- Kapazitätsprinzip:
 -
 - Beispiele Nachfrager:
 -
 -
 -
 - Beispiele Anbieter:
 -
 -
 -

Aufgabe 4 – Entwicklungsstufen des Marketings:

Nennen Sie die „**fünf Entwicklungsstufen des Marketings**“!
Beachten Sie hierbei die korrekte Reihenfolge!

Lösung:

-
-
-
-
-

Aufgabe 5 – Käufermarkt vs. Verkäufermarkt:

Grenzen Sie die beiden Begriffe „**Käufermarkt**“ und „**Verkäufermarkt**“ voneinander ab! Nutzen Sie hierfür folgende **Unterscheidungsmerkmale:**

1. Verhältnis zwischen Angebots- und Nachfragemenge
2. Marktmacht
3. Preisentwicklung
4. Kundenorientierung

Lösung:

Unterscheidungs- merkmal	Käufermarkt	Verkäufermarkt
Verhältnis zwischen Angebots- und Nachfragemenge		
Marktmacht		
Preisentwicklung		
Kundenorientierung		

Aufgabe 6 – Customer Relationship Management (CRM):

Erklären Sie den Begriff **CRM**!

Lösung:

-
-

Aufgabe 7 – Kundenlebenszyklus und CRM:

Definieren Sie den Begriff „**Kundenlebenszyklus**“!

Wie steht der Begriff **CRM** mit dem **Kundenlebenszyklus** in Zusammenhang?

Lösung:

-
-

Aufgabe 8 – Phasen des Kundenlebenszyklus:

Nennen und erläutern Sie die einzelnen Phasen des **Kundenlebenszyklus**! Stellen Sie zu jeder Phase den **Bezug zum CRM** her (Aufgaben des CRM in jeder Phase) und nennen Sie für jede Phase zwei Kennzahlen! Gehen Sie dabei davon aus, dass ein Unternehmen betrachtet werden soll, das über einen Online-Shop verfügt!

Lösung (1):

- Phasen:



Lösung (2):

- Interessenphase:



- CRM:

-

-

-

-

- Kennzahlen:

-

-

Lösung (3):

- Neukundenphase:



- CRM:

-

-

-

- Kennzahlen:

-

-

-

Lösung (4):

- Bestandskundenphase:



- CRM:

-

-

-

-

- Kennzahlen:

-

-

-

-

Lösung (5):

- verlorener Kunde:
 -
 -
 - CRM:
 -
 -
 -
 - Kennzahlen:
 -
 -
 -

Aufgabe 9 – Kernaufgaben des Marketings:

Nennen Sie die vier **Kernaufgaben des modernen Marketings!**

Lösung:

-
-
-
-