

Thema: Absatzmarketing ist Kundenverständnis

Erläutern Sie was man in Bezug auf der alten und der neuen Biographie unter der 3-Phasen-Biographie des Industriezeitalters und der Multigraphie des 21. Jahrhunderts versteht.

Diese Biographien beziehen sich auf den Lebenswandel der sich innerhalb der letzten 50 Jahre vollzogen hat.

Die 3-Phasen-Biographie des Industriezeitalters kennt lediglich die Phasen Kindheit und Jugend, Erwerbsarbeit und Familienarbeit und den Ruhestand, welche die Phasen mit der Heiratsgrenze im Alter von 23 Jahren und der Erwerbsgrenze bei 63 Jahren voneinander trennt.

Die Multigraphie des 21. Jahrhunderts hingegen kennt deutlich mehr Phasen und trennt diese nur grob ohne konkreten Altersbezug mittels der Bindungsgrenze und der Erwerbsgrenze.

Auf welchen Wegen kann Kommunikation erfolgen? Nennen Sie diese.

(1) Mündlich, (2) Schriftlich, (3) Nonverbal (u.a. Mimik)

Erläutern Sie weshalb es auf die richtige Sprache ankommt, in Bezug auf die Wahl von Produktnamen und Markennamen und geben Sie zwei misslungene Fallbeispiele an.

Auf die richtige Sprache kommt es an, da Produktnamen in verschiedenen Sprachen unterschiedliche und teils unerwünschte Bedeutungen haben können.

Beispiel 1: Der Toyota MR2, welcher in französisch ausgesprochen als Scheiße (Merde) bezeichnet wird.

Beispiel 2: Der Mitsubishi Pajero heißt in spanischsprachigen Ländern Mitsubishi Montero, weil das spanische Wort Pajero in der Vulgärsprache Wichser bedeutet.

Nennen Sie die drei Prozesse samt den dazugehörigen Aufgaben in Bezug auf die Interaktion mit dem Kunden aus Sicht des Absatzmarketings als Grundlage des Customer Relationship Managements.

(1) Kunden gewinnen: Identifizieren ---> Gewinnen ---> Halten ---> Entwickeln

(2) Kunden wiedergewinnen: Wiedergewinnen ---> Entwickeln

(3) Kunden verabschieden: Verabschieden