

die Website für Ihre ideale Prüfungsvorbereitung:



## Werbung

- Was ist Werbung?
- Werbeziele nennen
- 1 Werbeziel formulieren (Bekanntheitsgrad gewählt)
- wieso ist der Bekanntheitsgrad wichtig, wozu dient er?
- kennen Sie die Copyplattform? Für was ist sie?
- Copyplattform an Hand eines NZZ-Inserates zeigen
- wo ist die Positionierung im W-Konzept anzusiedeln?
- für was ist die Positionierung wichtig?
- was ist integrierte Kommunikation? Wieso ist das wichtig?
- was für Media-Strategien gibt es?
- welche wählen sie für das Inserat und wieso?



### Inserat der Firma ZUG mit Martina Hingis vorgelegt

- warum hat die Firma ZUG M. Hingis ausgewählt?
- Zielgruppen
- ganze Copyplattform



### Vorlage ein Auto-Inserat (Peugeot 207)


- Zielgruppen benennen
- Befragung zur Copyplattform mit detaillierten Haupt-/Nebenbotschaft
- Erstellen eines Budgets für eine Auto Werbekampagne



### Inserat NIVEA-Crème


- Auswahl einer Werbeagentur
- Briefing für eine Agentur
- Werbeziele ausformulieren
- detailliert die Werbezielgruppen nennen
- Copyplattform
- Mediaziele
- bevorzugte Medien für die Werbung der Crème
- Preise für Inserate und Plakatkampagnen

Copyplattform anhand eines Inserates


	<h3>Inserat Malbuner</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definition Werbung</li><li>• was ist Werbung</li><li>• Werbung vs VF</li><li>• Pretest (wo, wann, wieso, mit wem, wie viele Personen, Kosten eines Tests)</li><li>• Budget für Malbuner Werbung bei Inserateschaltung in der ganzen CH</li><li>• was ist eine Medienagentur</li><li>• welche gibt es (Namen)?</li></ul>
---	---

## Verkaufsförderung

- was ist VF?
- sämtliche Zielgruppen für vorgelegtes NZZ-Inserat (5 Wochen die NZZ gratis testen) nennen
- pro Zielgruppe eine Massnahme nennen
- nochmals eine für PV nennen

	<h3>Lindt Osterhase wird vorgelegt</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Zielgruppe bestimmen (speziell wurde auf den externen Beeinflussern gepocht)</li><li>• VF-Massnahmen bestimmen</li></ul>
---	--

Lotteriegelgesetz

	<h3>es wurde Displaymaterial und Wettbewerbstalons vorgelegt</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Möglichkeiten von Displaymaterial aufzeigen</li><li>• nennen von Möglichkeiten für VF gg. Absatzmittler</li><li>• Fragen zu rechtlichen Aspekten zum Wettbewerbstalons und Detailfragen</li></ul>
---	---



### neues Magazin „Style“

- VF-Konzept entwickeln
- Zielgruppe definieren
- Massnahmen pro Zielgruppe formulieren
- Inserentengewinnung für das neue Magazin
- VF-Budget (Inhalt und Zusammensetzung)



### VF von Knorr

- Kosten für einen POS-Stand
- wie organisiert man den Transport des POS-Standes, Kosten?
- Kosten für Direkt-Mail in Haushalte aufzeigen
- Alternativen zu Degustation
- VF-Konzepte aufzählen

## Public Relation PR



**Swisscom** bietet neues Abo an. Es ist ein Natel-Abo, wenn es zu Hause gebraucht wird zum Fixnet-Tarif verrechnet, ausser Haus zum Mobile-Tarif.

- Zielgruppen nennen (intern/extern)
- Was ist PR?
- was ist PPR?
- Unterschied der beiden nennen
- Kommunikationsmassnahmen für interne Zielgruppen nennen, wenn zB Mitarbeiter der Swisscom nur noch 30% anstatt 50% Rabatt auf eigene Artikel haben
- mit welchen Massnahmen erreicht man alle Mitarbeiter (vom Kader bis zur Putzfrau?)



Inserat **La Prairie Kosmetikprodukte** wurde vorgelegt

- Zielgruppe bestimmen
- PR-Massnahmen bestimmen, damit auch jüngere Frauen die Produkte kaufen
- Image/Corporate Identity erklären



### Marketingplaner im Organisationskomitee des **Jazz Festival**

- Definieren der internen und externen Zielgruppe
- Ziele und Konflikte nennen der Zielgruppen
- mögliche Massnahmen?
- detaillierte Befragung zum Sponsoring
- warum wird Sponsoring immer wichtiger?
- was für Kontrollmöglichkeiten gibt es für ein erfolgreiches PR



### Thema: Marketingplaner beim **Kunstmuseum Genf**

- Einstieg über die PR-Blume
- Dialoggruppe intern und extern
- mögliche PR-Anlässe für das Kunstmuseum
- Ablauf eines Tag der offenen Tür beschreiben (Dialoggruppen, Massnahmen, Inhalt einer Pressemappe, gewählte Medien etc.)
- Beschreibung von Aktivitäten für Journalisten
- Sponsoring (allgemein, Gründe, Leistungen, Gegenleistungen, Grund für Kündigung von Sponsoringverträgen etc.)
- PR-Konzept erstellen



Es ging um ein **Kosmetik-Produkt**, das in einer gesundheitsgefährdeten Verpackung auf dem Markt ist. Sie sind Marketingplanerin bei einer Kosmetikfirma

- interne und externe Zielgruppen nennen (sehr detailliert)
- Ziele
- PR-Massnahmen (intern/extern)
- PR-Kosten für die Kosmetikfirma
- Kosmetikfirma hat einen Innovationspreis gewonnen. Wie ist das Vorgehen um dies bekannt zu machen?
- Kosten der Bekanntmachung, Zielgruppe, Zeitschriften, Zeitungen?
- PRR (ansatzweise)

### Abgrenzung Werbung / PR / PPR / Krisen-PR



Ich bin Geschäftsführer eines **Swisscom-Shops**. Defekte Geräte sind im Umlauf und ich habe einen frechen Angestellten. Die Stimmung ist gereizt und man muss die Öffentlichkeit informieren

- wie informiert man Medien
- was für Massnahmen schlagen Sie vor?
- wie kann man mit Medien in Kontakt kommen?
- Als Geschäftsführer bin ich für die PPR im lokalen Markt zuständig. Kann ich einfach ziellos PPR betreiben oder muss ich auf etwas achten?

## Marketing-Grundlagen

Marketing-Gesicht für eigene Firma zeichnen und erläutern

Flyer von PostFinance erhalten:

- Instrumente die wir einsetzen (4-P's) nennen

Verkäufer- und Käufermarkt, was ist das?

- je ein Beispiel aus der Praxis nennen

Anhand von Investitionsgut, DL oder Konsumgut den Produktlebenszyklus beschreiben und Umsatz-/Gewinnkurve erläutern

bei welchen Bereich ist die Umsatzkurve sofort steil ansteigend und warum?

Was ist Marketing?

Welche Güterarten gibt es?

Besonderheiten im Marketing der verschiedenen Güter?

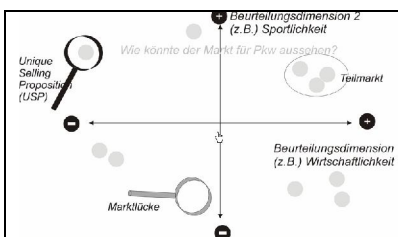
- Definition Zielgruppe
- Marktgesicht aufzeigen
- Sicherstellen, dass der Kunde wieder bestellt



Inserat eines **Trinkwasseraufbereitungsmittel für Eisen** wurden vorgelegt

- Vorgehen Markteinführung
- Absatzkanäle bestimmen

Was ist ein Kartell und 1 Beispiel nennen



Schwerpunkt stellte das **Positionierungskreuz** dar

- wie kann die Positionierung verändert werden?
- neue Positionierung der Migros Klubschule
- wie findet die Preisfindung eines Produktes statt?

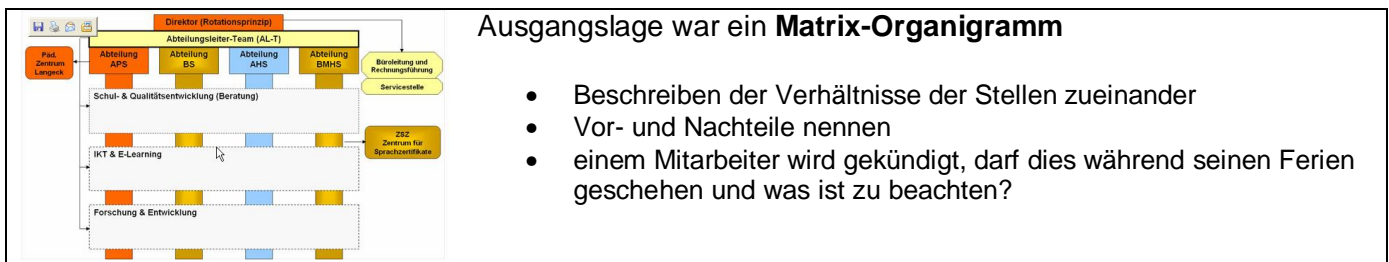


**Bratpfannen und Geschirrspüler**

- MAFO, 5 Programm-Fragen vor Einführung der Bratpfannen
- qualitative und quantitative Ziele
- Segmente für Bratpfannen definieren
- Wahl Absatzweg und Kanäle
- Positionierung gegenüber Konkurrenz
- USP, 2 echte USP für Geschirrspüler
- 5 Kontrollpunkte des Konzeptes nennen
- Phasen des Produktlebenszyklus in Portfolioanalyse einzeichnen
- Anforderungen für einen Markennamen
- Kartellgesetz
- Konventionalstrafe

© **direct** Erfolge erzielen

[www.directmarketing-support.ch](http://www.directmarketing-support.ch)



Marketing-Budget für einen Weinbauer erstellen  
Werbemaßnahmen für seinen Wein bestimmen

Positionierung für den Spielzeugladen gg Toys'a'Rus

ganzes Marketing-Konzept

Produktlebenszyklus mit Umsatzkurve nennen

alle Marktkennziffern nennen

MAFO und ihre Kosten

Distribution einer exklusiven Design-Bratpfanne ohne zusätzlichen Fettzusatz  
welche Wettbewerbsstrategie für die Bratpfanne?  
3 Instrumente für die Bratpfanne nennen

welche Faktoren gehören in ein Budget?  
Budget erstellen

erklären Revival und Relaunch

je 2 qualitative und quantitative Ziele der Distribution nennen



### Fragen zum Marketing-Konzept

- die 3 Konkurrenzstrategien nennen und beschreiben
- Anschlussfrage: was ist Profilierung und weshalb macht man das?
- SWOT-Analyse nennen, was ist darin enthalten?
- auf wen/was sind Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren gerichtet?
- wozu dient die Marketing-Kontrolle
- was und wie kann man kontrollieren?
- diverse Anschlussfragen zu MAFO