



## Inhaltsverzeichnis

**Vorwort der Herausgeber..... 3**

**Vorwort des Autors ..... 5**

**I. Aufgaben zur handlungsorientierten  
Prüfungsvorbereitung..... 11**

**1. Marketingkonzept ganzheitlich entwickeln ..... 11**

1.1 Aufgabe „Komponenten eines Marketingkonzepts  
bestimmen“ ..... 11

1.2 Aufgabe „Bedarf an Marketinginformationen klären“ ..... 13

1.3 Aufgabe „Marketingziele festlegen“ ..... 14

1.4 Aufgabe „Profilierungsstrategie entwickeln“ ..... 16

1.5 Aufgabe „Wachstumsstrategie bestimmen“ ..... 17

**2. Marketingkonzept erfolgswirksam gestalten .... 19**

2.1 Aufgabe „Profilierende Leistungsangebote entwickeln“ ..... 19

2.2 Aufgabe „Preise kundenattraktiv gestalten“ ..... 21

2.3 Aufgabe „Segmentorientierte Preisdifferenzierung  
durchführen“ ..... 23

2.4 Aufgabe „Differenzierte Marketingkommunikation  
anwenden“ ..... 24

**3. Digitales Marketing - Chancen nutzen ..... 27**

3.1 Aufgabe „Onlineshop als Basis für zusätzliches SGF  
gestalten“ ..... 27

3.2 Aufgabe „Digital geprägtes Kommunikationskonzept  
entwerfen“ ..... 28

**4. Marketingkonzept abgestimmt entwickeln..... 31**

4.1 Aufgabe „Marketingstrategien-Mix festlegen“ ..... 31

4.2 Aufgabe „Operatives Konzept für B2B-Marketing  
entwickeln“ ..... 33

**5. Marketingkonzept gezielt planen und steuern ...37**

- 5.1 Aufgabe „Systematische Marketingplanung anwenden“ .....37
- 5.2 Aufgabe „Differenziertes Marketingcontrolling organisieren“ ...39
- 5.3 Aufgabe „Führungsorientiertes Marketingreporting aufbauen“ .....40

**6. Kundenmanagement erfolgreich praktizieren ....43**

- 6.1 Aufgabe „Kundensegmentierung durchführen“ .....43
- 6.2 Aufgabe „Mehr Kundenzufriedenheit erreichen“ .....44
- 6.3 Aufgabe „Kundenbindung verbessern“ .....45

**7. Verkaufsgespräche zielführend vorbereiten .....47**

- 7.1 Aufgabe „AIDA-geprüfte Gesprächsführung anwenden“ .....47
- 7.2 Aufgabe „Gestaltungselemente von Verkaufsgesprächen geplant einsetzen“ .....48
- 7.3 Aufgabe „Differenzierte Gesprächsdokumentation entwickeln“ .....49

**II. Lösungshinweise zu den situationsbezogenen Aufgaben .....51**

**1. Marketingkonzept ganzheitlich entwickeln .....51**

- 1.1 Lösung „Komponenten eines Marketingkonzepts bestimmen“ .....51
- 1.2 Lösung „Bedarf an Marketinginformationen klären“ .....54
- 1.3 Lösung „Marketingziele festlegen“ .....57
- 1.4 Lösung „Profilierungsstrategie entwickeln“ .....59
- 1.5 Lösung „Wachstumsstrategie bestimmen“ .....62

**2. Marketingkonzept erfolgswirksam gestalten ....67**

- 2.1 Lösung „Profilierende Leistungsangebote entwickeln“ .....67
- 2.2 Lösung „Preise kundenattraktiv gestalten“ .....70
- 2.3 Lösung „Segmentorientierte Preisdifferenzierung durchführen“ .....72
- 2.4 Lösung „Differenzierte Marketingkommunikation anwenden“ .....75



<b>3.</b>	<b>Digitales Marketing - Chancen nutzen.....</b>	<b>81</b>
3.1	Lösung „Onlineshop als Basis für zusätzliches SGF gestalten“ .....	81
3.2	Lösung „Digital geprägtes Kommunikationskonzept entwerfen“ .....	84
<b>4.</b>	<b>Marketingkonzept abgestimmt entwickeln.....</b>	<b>89</b>
4.1	Lösung „Marketingstrategien-Mix festlegen“.....	89
4.2	Lösung „Operatives Konzept für B2B-Marketing entwickeln“.....	92
<b>5.</b>	<b>Marketingkonzept gezielt planen und steuern ...</b>	<b>97</b>
5.1	Lösung „Systematische Marketingplanung anwenden“ .....	97
5.2	Lösung „Differenziertes Marketingcontrolling organisieren“ ...	101
5.3	Lösung „Führungsorientiertes Marketingreporting aufbauen“ .....	104
<b>6.</b>	<b>Kundenmanagement erfolgreich praktizieren ..</b>	<b>109</b>
6.1	Lösung „Kundensegmentierung durchführen“ .....	109
6.2	Lösung „Mehr Kundenzufriedenheit erreichen“ .....	111
6.3	Lösung „Kundenbindung verbessern“ .....	115
<b>7.</b>	<b>Verkaufsgespräche zielführend vorbereiten ....</b>	<b>119</b>
7.1	Lösung „AIDA-geprüfte Gesprächsführung anwenden“ .....	119
7.2	Lösung „Gestaltungselemente von Verkaufsgesprächen geplant einsetzen“ .....	123
7.3	Lösung „Differenzierte Gesprächsdokumentation entwickeln“ .....	125
<b>III.</b>	<b>Beispiel einer umfassenden Prüfungsaufgabe mit Lösungsvorschlägen .....</b>	<b>129</b>