

Bachelorstudium BWL

Übung zur Vorlesung Marketing Wintersemester 2019/20

Übungsblatt 2

Aufgaben:

1. In den letzten Jahren wurde das Schlagwort des Beziehungsmarketings sehr intensiv diskutiert.
 - a) Beschreiben Sie die Fokussierung im Beziehungsmarketing.
 - b) Diskutieren Sie den Wandel vom Transaktionsmarketing zum Beziehungsmarketing am Beispiel der Telekommunikationsbranche.
2. Im Rahmen des Beziehungsmarketings spielt das Konzept des Kundenbeziehungslebenszyklus eine wichtige Rolle.
 - a) Beschreiben Sie das Konzept am Beispiel eines Versandhändlers.
 - b) Welche konkreten Maßnahmen können in den einzelnen Phasen durch das Unternehmen am sinnvollsten eingesetzt werden?
3. Im Managementprozess steht die Situationsanalyse an erster Stelle.
 - a) Beschreiben Sie die Wichtigkeit der Situationsanalyse.
 - b) Führen Sie für das Unternehmen VW eine Situationsanalyse durch.
4. Herr B. Rief, Geschäftsführer eines mittelständischen Briefpapierherstellers, war vergangene Woche bei einem Marketing-Vortrag an der Universität Siegen. Er hat aufmerksam zugehört und wichtige Dinge gelernt, z.B. wie man am Markt erfolgreich ist. Leider kann er sich an etwas Entscheidendes nicht mehr erinnern, er hat nur noch das Wort „Dreieck“ im Ohr und wundert sich. Bitte helfen Sie Herrn Rief auf die Sprünge und erläutern Sie, was damit gemeint ist.
5. Erklären Sie die Rolle des Marketing als “dominante Engpassfunktion” im Übergang vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt.