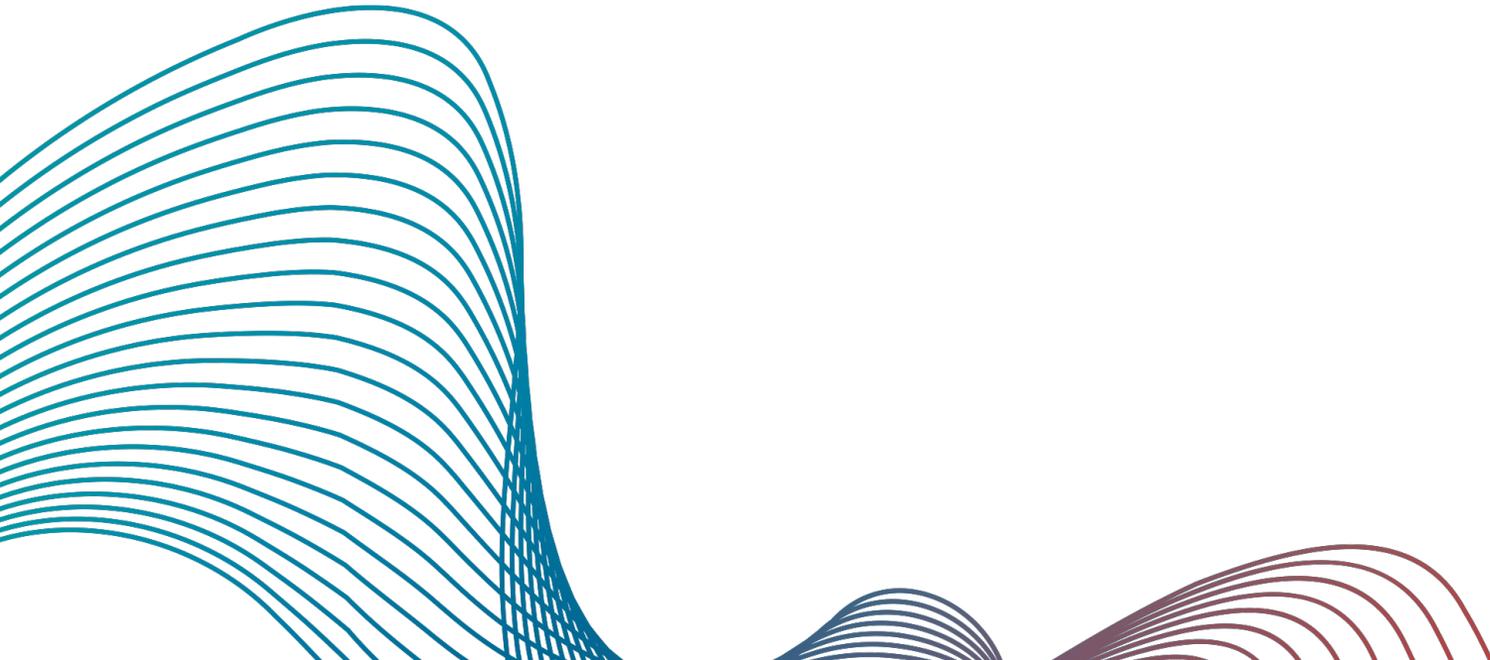


BPW 2025

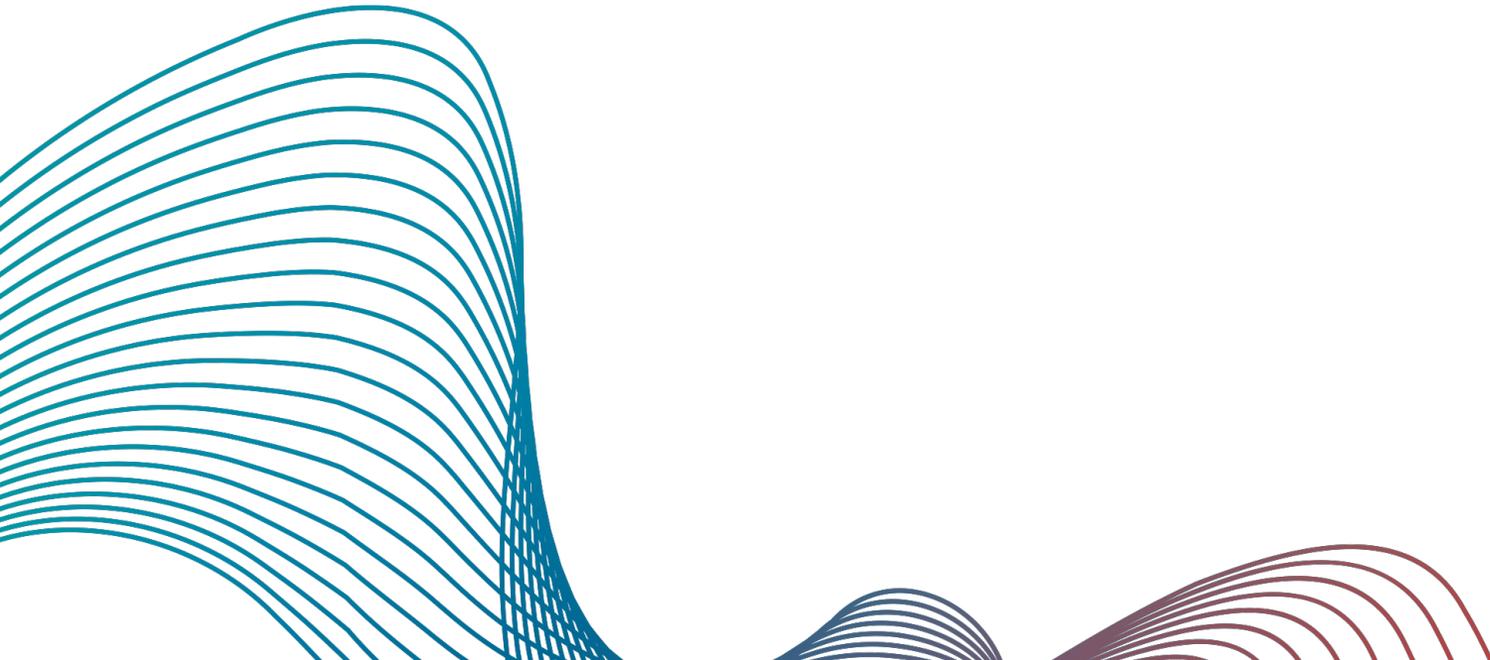
Seminarprogramm Berlin



TIANBERLIN

Marketing Basics

Sebastian Ketter



BPW 2025

Marketing Basics

Sebastian

Umfrage

Was erwartet ihr von Marketing?

„Marketing ist der Managementprozess, der dafür verantwortlich ist, die Bedürfnisse der Kunden zu identifizieren, zu antizipieren und **gewinnbringend** zu bedienen.“

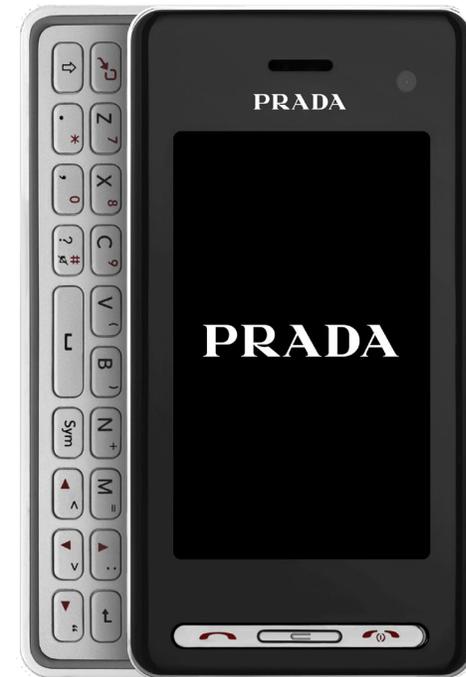
Aus dem englischen von
The Chartered Institute of Marketing

KONTEXT US MARKT

Über 30.000
neue Produkte

95%
scheitern

jedes Jahr



TATA MOTORS

Mistake to pitch Nano as cheapest car: Tata

Group May Consider Launching It Overseas And Bring It Back To India With A New Image

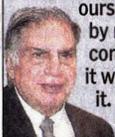
Singapore: Ratan Tata has admitted that pitching Nano as the cheapest car was a mistake and Tata Motors will like to build a new image for it.

"It became termed as a cheapest car by the public and, I am sorry to say, by ourselves, not by me, but the company when it was marketing it. I think that is unfortunate," Tata Group's chairman emeritus said.

"I always felt that Nano should have been marketed towards the owner of a two-wheeler because it was conceived giving the people who rode on two-wheels with the whole family an all-weather safe form of affordable transportation, not the cheapest," Tata added.

He said that group may consider launching the Nano in a new avatar in another country like Indonesia, where it doesn't have the "stigma" of being "the cheapest car", and bring it back to India for a fresh start with a new image. "Or maybe as a changed product that gets marketed in Eu-

“It became termed as a cheapest car by the public and, I am sorry to say, by ourselves, not by me, but the company when it was marketing it. I think that is unfortunate”



RATAN TATA
CHAIRMAN EMERITUS, TATA GROUP

rope. There's a lot of interest in the Nano outside India," Tata said in an interview to a TV news channel.

Tata, who stepped down as the chairman of the salt-to-software conglomerate last December, said the company is working on a refreshed Nano. "A relaunched Nano with some of the differences that we're trying to incorporate, yes I do... We are going to relaunch the car not as the cheapest car but in the image as it is."

Tata had said last year that the Nano was being refreshed

to realize its full potential.

The Nano has failed to live up to the expectations. It sales have been dwindling despite the company's attempts to reposition it. In the April-October period this fiscal, it clocked just 12,322 units as against 43,627 units in the year-ago period, down 72%.

In October this year, Tata Motors launched a new version of the Nano with CNG and Petrol bi-fuel system options.

The Nano has had a troubled past. It was originally planned to roll out from a plant in Singur, West Bengal, but production had to be shifted to Sanand in Gujarat after political protests. Instances of the car catching fire initially after it was launched didn't help its cause either.

The car was launched in March 2009 with an initial ex-factory price tag of close to Rs 1 lakh for the basic model. It is currently available between Rs 1.45 lakh and Rs 2.65 lakh (ex-showroom Delhi) across all variants. AGENCIES





Marketing Basics

Produkt

Preis

Platzierung

Promotion

Nutzen

Offensichtlicher, Emotionaler,
Philosophischer



Marketing Basics

Produkt

Gestaltung

Form, Farbe, Größe, Material und Ästhetik



Marketing Basics

Produkt

Miele



Qualität

Langlebig, Zuverlässig, Leistungsfähig

Funktion

Besondere technische Merkmale



Produkt



Name/Image

Wahrnehmung der Marke des Produktes

Verpackung

Schutz und Attraktivität des Produktes



Marketing Basics

Produkt



VAUDE

The Spirit of Mountain Sports

Service

Kundendienst, Wartung und Garantien

Marketing Basics

Produkt



Produktlinie

Vielfalt und Tiefe

Produktlebenszyklus

Einführung, Wachstum, Reife und Untergang



Marketing Basics

Produkt

Preis

Platzierung

Promotion

Marketing Basics

Preis

Preisstrategie

Darfs ein bisschen mehr sein

 **RYANAIR**
THE LOW FARES AIRLINE



Marketing Basics

Preis



Kostenorientiert

Was kostet es mein Produkt herzustellen?

Marketing Basics

Preis

Wettbewerb

Was kosten die Produkte meiner Mitbewerber?

Nachfrage

Was ist der Kunde bereit zu zahlen?



Marketing Basics

Preis

Psychologisch

Der Preis ist heiß

9,99 €

Preisnachlass/Rabatte

Was ist der Kunde bereit zu zahlen?



Zahlungsbedingungen

Fristen, Kreditkonditionen, Finanzierung

Differenzierung

Preise so individuell wie die Kunden

Marketing Basics

Produkt

Preis

Platzierung

Promotion

Marketing Basics

Platzierung

Distributionkanal

Hauptsache, es kommt an



Marketing Basics

Platzierung

Distributionsintensität

Überall und nirgends

Marketing Basics

Platzierung

Standort

Wo stehen wir

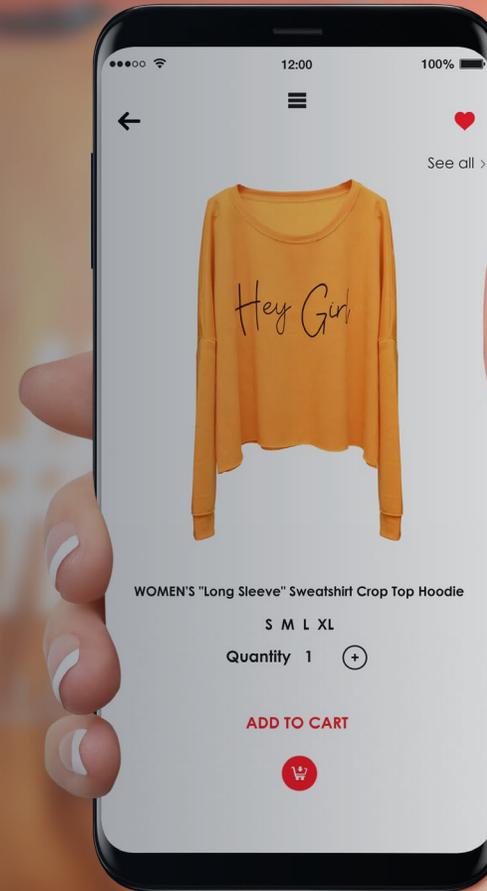


Marketing Basics

Platzierung

Multi-Channel

Alle Wege führen nach ...



Marketing Basics
Platzierung

Verkaufsort

Ich will nur mal schauen ... 🤔

Marketing Basics

Produkt

Preis

Platzierung

Promotion

Marketing Basics

Promotion

Informieren Überzeugen Erinnern Imagebildung

Marketing Basics

 Promotion

Empfehlungsmarketing

Online-Marketing

Presse

Öffentlichkeitsarbeit

Content Marketing

Werbung

Social Media

Direktmarketing

Influencer-Marketing

Sponsoring und Kooperationen

Event- und Messemarketing

Marketing Basics

Produkt

Preis

Platzierung

Promotion

Kundenbindung

Branding

Marketing Basics

Kundenbindung

Treueprogramm

Du bekommst auch ein Leckerli



Marketing Basics
Kundenbindung

Personalisierte Kommunikation

Sie sind uns wichtig!

Marketing Basics
Kundenbindung

Kundenservice

Exzellenz will gelernt sein

Marketing Basics
Kundenbindung



Mitgliedschaften

Dabei sein ist alles



Marketing Basics
Kundenbindung

Überraschungen

It's a surprise



SEPHORA

Marketing Basics
Kundenbindung

Exklusivität

Very Important Person



Marketing Basics
Kundenbindung

Werteorientierung

Alles hat seinen Wert



Marketing Basics
Kundenbindung

After Sales Betreuung

Haben Sie sonst noch einen Wunsch?

„Marketing ist der Managementprozess, der dafür verantwortlich ist, die **Bedürfnisse der Kunden zu identifizieren, zu antizipieren und **gewinnbringend zu bedienen.**“**

Aus dem englischen von
The Chartered Institute of Marketing

Praktische Tipps für Gründer

- **Zielgruppe verstehen**
- **Klare Markenbotschaft**
- **Online-Präsenz**
- **Starte mit kostengünstigen Strategien**
- **Klein anfangen**
- **Priorisieren: Was zuerst? Probieren und dann skalieren**
- **Testen und Messen**

Verbindung schaffen

Menschen hören Menschen zu

Fragen?

Noch mehr Fragen? 🤗



BPW 2025

Deine Idee | Dein Konzept | Dein Unternehmen

Hotline: 030 / 21 25 - 21 21

E-Mail: bpw@ibb-business-team.de

Internet: www.b-p-w.de

Förderer



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg wird gemeinsam durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe des Landes Berlin und durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz des Landes Brandenburg unterstützt sowie aus Mitteln der Europäischen Union kofinanziert.