

- Marketing (engl. marketing: auf den Markt bringen, Vermarktung, veraltet Absatzwesen), bezeichnet die Ausrichtung der Unternehmensentscheidungen auf dem Markt.
- Im Allgemeinen wird Marketing eher als Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gesehen, genau genommen ist das aber nur ein Teil des „Marketing – Mix“
- Vielfalt der Marketing-Definitionen:
  - „Die bewusst marktorientierte Führung des gesamten Unternehmens, die sich in Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten niederschlägt.“ (Heribert Meffert und Klaus Backhaus @ Wiki)
  - In neueren Publikationen wird Marketing beispielsweise als Management komparativer Konkurrenzvorteile unter Nutzung der Marketinginstrumente verstanden. (@ Wiki)
  - Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organisational objectives." (s. Marketing News, March 1, 1985, Vol. 19, No. 5, S. 1)
  - "Marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationships in ways that benefit the organization and its stakeholders." (AMA-Definition von 2004)
- Historisch:
  - Die Geburtsstunde des Marketings kam in Deutschland mit der Erfindung des Backpulvers 1893 durch Dr. Oetker. Durch Massenwerbung wurde dem Privatkunden erstmals ein Produkt angeboten, das ihm eine Arbeitserleichterung verschaffte - von dem er aber bis dahin nicht gewusst hatte, dass er es überhaupt brauchte.
  - In Deutschland sprachen die Fachleute jedoch bis in die 1960er Jahre von „Absatzwirtschaft“. Verkauf und Werbung stehen im Mittelpunkt des absatzpolitischen Instrumentariums.
  - Überflusgesellschaft brachte den Wechsel vom Verkäufermarkt zum Kundenmarkt
- Erstellung des Marketingkonzeptes nach Prüfung aller Ausschlusskriterien und Festlegung einer Geschäftsidee
- Zielgruppenanalyse, Marktanalyse, Kundenansprüche, Konkurrenzanalyse
  - zyklische Neudefinition und Integration in das Marketing
- Die Marketingkonzeption ist ein in sich geschlossener Gesamtplan und stellt einen Kernbereich der Führung eines Unternehmens oder einer Organisation dar. Sie umfasst Marketingziele, Marketingstrategien und die operative Umsetzung in konkrete Marketingmaßnahmen im Marketingmix sowie die Erfolgskontrolle.
- Aufteilung des M.-Konzepts in strategisches und operatives Marketingziel
- Die Marketingstrategie umfasst langfristige, globale Verhaltenspläne zur Erreichung der Marketing- und Unternehmensziele eines Unternehmens und ist Teil des strategischen Managements ( Marktdurchdringung, Markterschließung )
- operatives Marketing beinhaltet alle Aktivitäten die im Tagesgeschäft erreicht werden können ( Umsatz, Marge, Image- / Marktpositionierung, Markenauftritt, Bekanntheitsgrad )
- Corporate Identity: Innenwirkung ( auf Mitarbeiter ), Außenwirkung: Design, Politik
- Im Marketing-Mix werden Marketing-Strategien in konkrete Aktionen umgesetzt:
  - „4 P“s: Product, Price, Place, Promotion ( weitere P's je nach Definition )
  - Produktpolitik (Product): Sortiment, Qualität, Design; Sortimentsbreite und -tiefe
  - Preis- und Kontrahierungspolitik (Price): Preis, Rabatt, Boni, Liefer- und Zahlungsbedingungen
  - Kommunikationspolitik (Promotion): Erscheinungsbild, auftreten der Mitarbeiter, Werbung, Verkaufsförderung, Sponsoring
  - Distributionspolitik (Place): Groß-, Einzelhandel, Versand
- bei größeren Änderungen kann es sinnvoll sein einen komplett einen extra Marketingplan zu erstellen