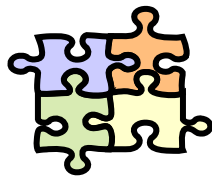
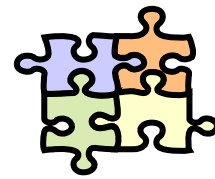


Ziele und Instrumente des Absatzes



Absatzpolitisches Instrumentarium (Maßnahmen)



Produkt- und Produktions- programm- politik	Kommunikations- politik	Distributions- politik	Kontrahierungs- politik
Handel: Sortimentspolitik • Produktgestaltung • Programmgestaltung	• Absatzwerbung • Verkaufsförderung (Sales Promotion) • Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	• Physische Distribution • Absatzwege	• Preispolitik • Konditionenpolitik

Absatzwirtschaftliche Sachziele			
Richtige Art und Beschaffen- heit der Produkte	Richtige Gestaltung der Werbung u.a.	Richtige Absatzwege	Richtiger Preis und richtige Verkaufs- bedingungen

Absatzwirtschaftliche Formalziele	
Beispiele: • Auffinden neuer Märkte • Ausweitung vorhandener Märkte	• Vergrößerung des Marktanteils • Erhöhung der Bekanntheit der Produkte

