



**MarketingFox**

Marketing für  
schlaue Füchse



Nennen Sie die Inhalte des Kommunikationsmodells!

Welche Kommunikationsformen kennen Sie?

## Kommunikation MarKom



Was beinhaltet die Kommunikationsbotschaft?

Was verstehen Sie unter "physische Kommunikation"?

Welche Begriffe werden als Synonym für Marketingkommunikation im Marketing auch verwendet?

Nennen Sie typische Kommunikationsmassnahmen!

Nennen Sie die vier versch. Arten des Kaufentscheidungsprozesses!

Erklären Sie den Begriff "Kommunikation"!

Nennen Sie typische Kommunikationsinstrumente!

Was heisst extensiver Kaufentscheidungsprozess?

Was verstehen Sie unter dem Begriff "Information"?

Nennen Sie typische Kommunikationsmittel!

Was heisst limitierter Kaufentscheidungsprozess?

[www.marketingfox.ch](http://www.marketingfox.ch)

Nennen Sie die Elemente der Kommunikation!

Nennen Sie typische Kommunikationsträger!

Was heisst routinemässiger Kaufentscheidungsprozess?

<p>Was heisst impulsiver Kaufentscheidungsprozess?</p>	<p>Ordnen Sie Werbung, VF und Verkauf den folgenden Zielen zu:  (a) Bekanntheit und Interesse  (b) erzielt den Verkaufsabschluss  (c) regt zum Kauf an</p>	<p>Was heisst "selektive Verzerrung"</p>
<p>Nennen Sie die Phasen der Entwicklung der Kommunikation!</p> <p><a href="http://www.marketingfox.ch">www.marketingfox.ch</a></p>	<p>Wirken Verkauf, VF, Werbung und PR direkt oder indirekt auf die Kaufimpulse?</p> <p><a href="http://www.marketingfox.ch">www.marketingfox.ch</a></p>	<p>Was heisst "selektive Erinnerung"?</p>
<p>Nennen Sie mindestens 6 Instrumente der Marketingkommunikation resp. Instrumente aus dem Submix Promotion!</p>	<p>In welche Dimension kann Kundennähe unterteilt werden?</p>	<p>Was verstehen Sie unter dem "AIDA-Modell"?</p>
<p>Was verstehen Sie unter integrierter Kommunikation (IK)?</p>	<p>Erklären Sie den Begriff "imagemässige Kundennähe"!</p>	<p>Was verstehen Sie unter dem Begriff "Conviction"?</p>
<p>Geniessen PR- oder Werbemassnahmen einen höheren Aufmerksamkeitswert?</p>	<p>Umschreiben Sie den Begriff "emotionale Kundennähe"!</p>	<p>Erklären Sie wie und durch was die Form der zweiseitigen Kommunikation geprägt ist?</p>
<p>Wie beurteilen Sie die Messbarkeit des Erfolges von Werbung, PR, VF und Verkauf?</p>	<p>Was heisst "selektive Wahrnehmung"?</p> <p><a href="http://www.marketingfox.ch">www.marketingfox.ch</a></p>	<p>Wodurch zeichnet sich der limitierte Kaufentscheidungsprozess aus?</p>

<p>Welche Phasen werden beim Kaufentscheidungsprozess von Organisationen unterschieden?</p>	<p>Was sind konativ-orientierte Ziele?</p>	<p>Es gibt gute Gründe die Kommunikation zu integrieren. Was sind Defizite der Kommunikation?</p>
<p>Beim Kaufverhalten werden hinsichtlich des Involvements vier Formen unterschieden. Welche? (1. Teil)</p>	<p>Nennen Sie 3 qualitative Zielsetzungen der integrierten Kommunikation!</p>	<p>Erklären Sie die Top-down-Planung!</p> <p><a href="http://www.marketingfox.ch">www.marketingfox.ch</a></p>
<p>Beim Kaufverhalten werden hinsichtlich des Involvements vier Formen unterschieden. Welche? (2. Teil)</p>	<p>Welche 6 Merkmale prägen die integrierte Kommunikation besonders?</p>	<p>Erklären Sie die Bottom-up-Planung!</p>
<p>In der Massenkommunikation werden drei Zielklassen unterschieden. Welche?</p>	<p>Was beinhaltet die "inhaltliche Integration" der Integrierten Kommunikation?</p>	<p>Nennen Sie die Schritte der Bottom-up-Planung!</p>
<p>Was sind kognitiv-orientierte Ziele?</p> <p><a href="http://www.marketingfox.ch">www.marketingfox.ch</a></p>	<p>Was beinhaltet die "formale" Integration der Integrierten Kommunikation?</p>	<p>Wie werden die 3 Kernelemente der Strategie der integrierten Kommunikation bezeichnet?</p>
<p>Was sind affektiv-orientierte Ziele?</p>	<p>Was beinhaltet die "zeitliche" Integration der integrierten Kommunikation?</p>	<p>Was verstehen Sie unter kommunikativer Leitidee?</p>

Was sind Kristallisationsinstrumente?	Nennen Sie typische Below-the-line-Instrumente!
Was sind Integrationsinstrumente?	
Was sind Folgeinstrumente?	
Nennen Sie Gestaltungsinstrumente, die den Wiedererkennungswert sicherstellen!	
Nennen Sie die 8 Komponenten bzw. Anforderungen, welche an die integrierte Kommunikation gestellt werden!	
Nennen Sie typische Above the line-Instrumente!	
<a href="http://www.marketingfox.ch">www.marketingfox.ch</a>	