

Marketing Mix der internationalen Markteinführung des Mini's (German Edition)

Yilmaz Seker

*ebooks / Download PDF / *ePub / DOC / audiobook*

Yilmaz Seker

Marketing Mix der internationalen Markteinführung des Mini's

Studienarbeit



DOWNLOAD



READ ONLINE

#3651041 in eBooks 2007-03-23 2007-03-23 File Name: B007GGX7CE | File size: 29.Mb

Yilmaz Seker : Marketing Mix der internationalen Markteinführung des Mini's (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing Mix der internationalen Markteinführung des Mini's (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, University of Sheffield, 40 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Problemstellung und Zielsetzung; Bis 2008 wollen wir den Absatz aller unserer Produkte

gegenüber heute (Mai 2004) um rund 30 Prozent auf 1,4 Millionen Fahrzeuge steigern“; erklärte BMW-Vertriebsvorstand Dr. Michael Ganal. Dazu muss BMW neue Kunden gewinnen, die heute Autos anderer Marken fahren. Der MINI ist dafür bestens geeignet, weil er Kunden begeistert, die gestern nicht einmal daran gedacht haben, einen Kleinwagen zu fahren. So erwerben weltweit mehr als 80 Prozent der MINI-Kunden erstmals ein Auto aus dem BMW-Konzern (vgl. Zoller 2004, S.1). Das ursprüngliche Ziel, mindestens 50 Prozent neue Kunden zu erobern und dadurch die Kundenbasis der BMW Group zu verbreitern, wurde seit Markteinführung deutlich übertroffen (vgl. Cars-online 2004, S.1). Der Mythos MINI ist somit erfolgreich zu neuem Leben erweckt worden d.h. der Relaunch der Marke ist geglückt (vgl. Mertens 2004, S.1). Ziel dieser Seminararbeit ist es nun, den Marketing Mix des MINI im Spannungsfeld zwischen globaler Standardisierung und lokaler Differenzierung zu analysieren, um dadurch dem Erfolg des MINI seit der Markteinführung auf die Spur zu kommen. Im Folgenden wird nun aufgezeigt, welche Bereiche des Marketing Mix (vgl. Bruhn 2002, S.31) global standardisiert und lokal differenziert bearbeitet werden. In Kapitel 3 wird ein Fazit und ein Ausblick gegeben.[...]