Eigenarbeit– Marketingziele und –strategien kombiniert

Versetzen Sie sich in die Lage eines Deodorant-Herstellers und definieren Sie:

- Werte / Glauben
- Vision
- Mission
- Unternehmensziele
- Marketingziele (SMART)

Was sind mögliche strategische Optionen nach der Ansoff-Matrix? Welche würden Sie im Hinblick auf Ihr Deodorant verfolgen?

Welche Marktstimulierungsstrategien nach Becker (2019) könnten zudem eingeschlagen werden in Bezug auf die formulierten Ziele?

Im Auftrag der DHSH