

Marketing Startupper

Die besten Artikel fürs Startup-Marketing



Teil 1

Marketing Startupper

[Marketingpotenzial voll ausnutzen](#)

[Offline Marketing 2.0](#)

[Die Vorteile einer guten Marke](#)

[Evergreen vs. aktueller Content](#)

[4 Tipps für die Pressearbeit](#)

[Tools zum Aufbau von Marken](#)

[So schreibst du eine Pressemitteilung](#)

[Lohnt sich Sponsoring für Startups?](#)

[Influencermarketing der Kleinen](#)

[3 Schnelltipps für deine SEO](#)

[So machst du eine SWOT-Analyse](#)

[Der Pagespeed: Entscheidend für deine SEO](#)

[Impressum](#)

Marketingpotenzial voll ausnutzen

Wenn man an Marketing denkt, denkt man gleichzeitig an die klassische Werbung, vielleicht auch noch an Onlinemarketing und strategische Analysen. Doch diese Sichtweise reduziert das Marketing und die Möglichkeiten, die es einem bietet, auf nur einen einzigen Teilbereich, nämlich den Bereich der Kommunikationspolitik. Dieser Teil ist aber nur ein sehr kleiner, wenn auch entscheidender Baustein in dem gesamten Marketing-Mix. Der Marketing-Mix umfasst unter der klassischen Betrachtung vier unterschiedliche Felder, die auch als die vier „P“ bezeichnet werden:

1. **Product:** Das Produkt, das ein Unternehmen anbietet hat einen gewaltigen Einfluss auf seinen eigenen Absatz. Bei der Produktentwicklung muss auch immer das Marketing bzw. die Zielgruppe beachtet werden. Welches Produkt biete ich an? Wie bietet es meinen Kunden einen Nutzen? Wie muss es gestaltet sein, damit es einen größtmöglichen Umsatz erzielt?
2. **Price:** Der Verkaufspreis und die Variablen Optionen, die dieser bietet sind ebenfalls für den Absatz ausschlaggebend. Bei der Preisfestsetzung kann sich an den Preisen der Konkurrenz orientiert werden. Man kann die Preise strategisch überbieten und unterbieten. Dabei muss man aber immer beachten, dass hierbei auch tatsächlich ein Gewinn oder mindestens ein Deckungsbeitrag vorhanden ist. Neben der Preissetzung ermöglicht die Preispolitik außerdem gewisse Preisaktionen, wie beispielsweise Rabatte oder