

① **Setz die Begriffe aus den weißen Zellen der Tabelle in die Lücken ein.**

Eine Einteilung der der Kommunikationsmaßnahmen eines Unternehmens nennt vier Bereiche: Erstens , zweitens , drittens  und letztlich .

Bei der Werbung geht es darum, Menschen gezielt zu  um sie zu einem bestimmten  zu bewegen. Das primäre Ziel dabei muss nicht immer der  einer Ware oder einer Leistung sein, sondern Werbung kann auch dazu dienen, den Grad der  den  oder das  in die Marke zu erhöhen.

Bei Public Relation, oder wie man auf Deutsch sagt, bei

, werden externe und interne  mit  versorgt, um bei diesen  und  zu gewinnen.

|               |                       |                      |
|---------------|-----------------------|----------------------|
| beeinflussen  | Öffentlichkeitsarbeit | Vertrauen            |
| Bekanntheit   | Personal Selling      | Vertrauen            |
| Handeln       | Verkaufsförderung     | Wiedererkennungswert |
| Informationen | Verständnis           | Zielgruppen          |
| Kauf          | Werbung               | Public Relation      |

②

Bei Verkaufsförderung, oder [ ] ist das erklärte Ziel, dass die Kunden nicht das [ ] sondern [ ] kaufen. Dafür werden Anreize bei [ ], den eigenen [ ] oder den [ ] die das Produkt anbieten, geschaffen.

Personal Selling umfasst den [ ] zwischen Verkäuferin und Kundin. Es kommt bei sehr [ ] Produkten oder Leistungen, die von der Komplexität sehr [ ] sind oder einen hohen Grad an [ ] aufweisen. Diese Form kommt vor allem im [ ] Bereich vor.

|                      |                   |                  |
|----------------------|-------------------|------------------|
| business to business | Konkurrenzprodukt | umfangreich      |
| direkten Kontakt     | mein Produkt      | Verbraucherinnen |
| Händlerinnen         | sales promotion   | Verkäufern       |
| Individualisierung   | teuren            |                  |