



Praxisauftrag: Werbeträger, Werbemittel und Mediaplanung (c4.mk.bt8, c4mk.bt6, d3.mk.bt2, d3.mk.bt3, d3.mk.bt4)

Handlungskompetenzen

c4: Marketing- und Kommunikationsaktivitäten umsetzen

d3: Verkaufs- und Verhandlungsgespräche mit Kunden oder Lieferanten führen

Ausgangslage

Kaufleute empfehlen zielgruppengerechte Werbemittel und Platzierungen, erklären die technischen Begebenheiten und machen auf spezielle Anforderungen aufmerksam. Sie erläutern Preisstrukturen und erklären Einsatzmöglichkeiten. Die Liefertermine werden überwacht und die Kampagne verrechnet. Im Anschluss werden die aus der Kampagne gezogenen Statistiken analysiert.

Aufgabenstellung

Teilaufgabe 1: Sie entwerfen eine Zielgruppenbeschreibung mit professionellen Kriterien für ein Produkt/eine Dienstleistung Ihres Lehrbetriebs.

Teilaufgabe 2: Sie überprüfen mit dem Resultat einer Marktforschungsstudie die Nutzerstruktur eines Produktes/einer Dienstleistung.

Teilaufgabe 3: Sie wenden bei der Zielgruppe die abgestimmten Kommunikationsvorgaben sowohl in der Sprache als auch bei visuellen Elementen mit geeignete Text-, Ton- und Bildverarbeitungsprogrammen an.

Hinweise zur Lösung

Verbinden Sie die Übungen zur Zielgruppendefinition im überbetrieblichen Kurs mit den Aufträgen im Lehrbetrieb.

Organisation

Führen Sie den Praxisauftrag direkt in Ihrem Arbeitsalltag aus.

Für die Dokumentation des Vorgehens benötigen Sie zwischen 30 und 45 Minuten.