

Submixe	Entscheidungstatbestände
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Produkt-Mix</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Produktqualität</li><li>- Sortiment</li><li>- Marke</li><li>- Kundendienst</li></ul></li> <li>• <b>Distributions-Mix</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Absatzkanäle</li><li>- Logistik</li></ul></li> <li>• <b>Kontrahierungs-Mix</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Preis</li><li>- Kredite</li><li>- Rabatt</li><li>- Skonto</li></ul></li> <li>• <b>Kommunikations-Mix</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Public Relations</li><li>- persönlicher Verkauf</li><li>- Verkaufsförderung</li><li>- Werbung</li></ul></li></ul>	<p>Materialqualität, Funktionalqualität, Lebensdauerqualität, Stilqualität Variation, Vergrößerung oder Verkleinerung des Programms Verpackungsgestaltung, Wahl des Namens Art (technisch oder kaufmännisch), Umfang, Vergütung</p> <p>Art, Zahl, räumliche Verteilung der Absatzmittler, Gewinnung und Auswahl von Absatzmittlern Transportwege, Transportmittel, Transportträger, Bestellmenge, Bestellzeitpunkt, Sicherheitsbestände, regionale Verteilung der Umschlag- und Auslieferungsläger</p> <p>Höhe des Preises, Preisdifferenzierung kurz-, mittel- oder langfristige Kreditierung von Forderungen Rabattsystem (Funktions-, Mengen-, Zeit- oder Treuerabatt), Rabatthöhe, Rabattstaffelung Höhe des Skontos, Skontofrist</p> <p>Art der Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Veranstaltungen, Spenden) Besuchszeit, -dauer, -häufigkeit Händlerschulung, Warenpräsentation, Werbung am Verkaufsort Werbetat, -objekte, -mittel, -träger</p>