

Marketing- und Werbepsychologie

Inhaltsverzeichnis aller Lernhefte

Lernheft 1:

Einführung und Begriffe

1. 1 Einführung & Begriffe
1. 2 Einleitung
1. 3 Was ist eine Dienstleistung? – Wesen und Besonderheiten von Dienstleistungen im Vergleich zum Produktbereich
1. 4 Was ist Marketing, was ist Werbung?
1. 5 Warum Marketing?
1. 6 Zusammenfassung
1. 7 Hausaufgabe
1. 8 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
1. 9 Anhang

Lernheft 2:

Psychologische Grundlagen von Werbung und Marketing: Erster Teil: Wahrnehmung

2. 1 Einleitung
2. 2 Wahrnehmung und Wirklichkeit
2. 3 Der Wahrnehmungsprozess
2. 4 Die gute Gestalt
2. 5 Zusammenfassung
2. 6 Hausaufgabe
2. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben e
2. 8 Anhang

Lernheft 3:

Psychologische Grundlagen von Werbung und Marketing Zweiter Teil: Aufmerksamkeit

3. 1 Einleitung
3. 2 Was ist Aufmerksamkeit?
3. 3 Aufmerksamkeit und Werbung
3. 4 Techniken der Aufmerksamkeitssteuerung
3. 5 Zusammenfassung
3. 6 Hausaufgabe
3. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
3. 8 Anhang

Lernheft 4:

Psychologische Grundlagen von Werbung und Marketing Dritter Teil: Gedächtnis

4. 1 Einleitung
4. 2 Das Speichermodell des Gedächtnisses
4. 3 Enkodierung, Speicherung und Abruf
4. 4 Zusammenfassung
4. 5 Hausaufgabe
4. 6 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
4. 7 Anhang

Lernheft 5:

Psychologische Grundlagen von Werbung und Marketing Vierter Teil: Sozialpsychologie

5. 1 Einleitung
5. 2 Was ist Sozialpsychologie?
5. 3 Das Gegenseitigkeitsprinzip
5. 4 Die Rolle der Sympathie
5. 5 Hausaufgabe
5. 6 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
5. 7 Anhang

Lernheft 6:

Psychologische Grundlagen von Werbung und Marketing Fünfter Teil: Motivation

6. 1 Einleitung
6. 2 Involvement
6. 3 Motivation
6. 4 Rubikon-Modell
6. 5 Zusammenfassung
6. 6 Hausaufgabe
6. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
6. 8 Anhang

Lernheft 7:

Konsumverhalten im Dienstleistungsbereich

7. 1 Einleitung
7. 2 Allgemein
7. 3 Vorkonsumphase
7. 4 Konsumphase
7. 5 Nachkonsumphase
7. 6 Kognitive Dissonanz
7. 7 Zusammenfassung
7. 8 Hausaufgabe
7. 9 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben

Lernheft 8:

Der Ausgangspunkt – Ich als Gründer(in)

8. 1 Einleitung
8. 2 Ausgangspunkt
8. 3 SWOT-Analyse
8. 4 Dienstleistungslebenszyklus
8. 5 Zusammenfassung
8. 6 Hausaufgabe
8. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
8. 8 Anhang

Lernheft 9:

Die Zielgruppe, Erster Teil: Marktsegmentierung

9. 1 Einleitung
9. 2 Markt- und Kundensegmentierung
9. 3 Segmentierungskriterien
9. 4 Zusammenfassung
9. 5 Hausaufgabe
9. 6 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
9. 7 Anhang

Lernheft 10:

Die Zielgruppe Zweiter Teil: Sinus-Milieus

10. 1 Einleitung
10. 2 Vorbemerkung
10. 3 Die Milieus
10. 4 Konstruktion einer Zielgruppe
10. 5 Zusammenfassung
10. 6 Hausaufgabe
10. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
10. 8 Anhang

Lernheft 11:

Preis- resp. Honorargestaltung

11. 1 Einleitung
11. 2 Die Kalkulation
11. 3 Umsatzsteuer ja oder nein?
11. 4 Preisstrategien
11. 5 Zeilen-, Seiten oder Stundenhonorare
11. 6 Verhandlungsstrategien
11. 7 Zusammenfassung
11. 8 Hausaufgabe
11. 9 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
- 11.10 Anhang

Lernheft 12:

Kundenfindung Erster Teil: Werbetechniken

12. 1 Einleitung
12. 2 Aida-Formel
12. 3 PPPP-Formel
12. 4 USP
12. 5 Appellformen von Werbebotschaften
12. 6 Zusammenfassung
12. 7 Hausaufgabe
12. 8 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
12. 9 Anhang

Lernheft 13:

Kundenfindung Zweiter Teil: Der eigene Auftritt – Corporate Identity

13. 1 Einleitung
13. 2 Wozu Corporate Identity?
13. 3 Elemente der Corporate Identity
13. 4 Zusammenfassung
13. 5 Hausaufgabe
13. 6 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
13. 7 Anhang

Lernheft 14:

Kundenfindung Dritter Teil: Die Website

14. 1 Einleitung
14. 2 Die Struktur der Seite
14. 3 Farbgestaltung
14. 4 Logo
14. 5 Schrift
14. 6 Zusammenfassung
14. 7 Hausaufgabe
14. 8 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
14. 9 Anhang

Lernheft 15:

Kundenfindung Vierter Teil: Die Psychologie des Textes

15. 1 Einleitung
15. 2 Was ist ein guter Text?
15. 3 Zusammenfassung
15. 4 Hausaufgabe
15. 5 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
15. 6 Anhang

Lernheft 16:

Kundenfindung Fünfter Teil: Akquise

16. 1 Einleitung

-
- 16. 2 Akquisition
 - 16. 3 Vorstellung einer Akquisestrategie nach Stefan Preuß
 - 16. 4 Professionell telefonieren
 - 16. 5 Zusammenfassung
 - 16. 6 Hausaufgabe
 - 16. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
 - 16. 8 Anhang

Lernheft 17:

Kundenfindung Sechster Teil: Alternativen zur Kaltakquise

- 17. 1 Einleitung
- 17. 2 Die Zugkraft eines Unternehmens
- 17. 3 Die Vorbereitung
- 17. 4 Die Marketinginstrumente
- 17. 5 Ausblick und Zusammenfassung
- 17. 6 Hausaufgabe
- 17. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
- 17. 8 Anhang

Lernheft 18:

Kundenzufriedenheit

- 18. 1 Einleitung
- 18. 2 Was ist Zufriedenheit?
- 18. 3 Konsequenzen
- 18. 4 Dimensionen der Dienstleistungsqualität
- 18. 5 Routine und Ausnahmen
- 18. 6 Beschwerdemanagement
- 18. 7 Zusammenfassung
- 18. 8 Literatur- und Quellenverzeichnis
- 18. 9 Hausaufgabe
- 18.10 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben

Lernheft 19:

Kundenbindung Zweiter Teil: Kundenorientierte Reklamationskultur

- 19. 1 Einleitung
- 19. 2 Status-Quo-Analyse
- 19. 3 Der Anfang
- 19. 4 Konfliktschärfung, Konfliktlösung (Brückner 2007)
- 19. 5 Richtig reagieren am Telefon
- 19. 6 Beschwerdebearbeitung per Brief
- 19. 7 Neinsagen können
- 19. 8 Zusammenfassung
- 19. 9 Hausaufgabe
- 19.10 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
- 19.11 Anhang

Lernheft 20:

Kundenbindung Dritter Teil: Das Love-Story-Prinzip

- 20. 1 Einleitung
- 20. 2 Warum Love Story?
- 20. 3 Die Technik
- 20. 4 Die Kundendatenbank
- 20. 5 Kleine Geschenke
- 20. 6 Zusammenfassung
- 20. 7 Hausaufgabe
- 20. 8 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
- 20. 9 Anhang

Lernheft 21:

Umgang mit Kunden und Auftraggebern Erster Teil: Erste Schritte

- 21. 1 Einleitung
- 21. 2 Der erste Eindruck
- 21. 3 Small Talk
- 21. 4 Die kleine Kundentypologie
- 21. 5 Zusammenfassung
- 21. 6 Hausaufgabe
- 21. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
- 21. 8 Anhang

Lernheft 22:

Der Umgang mit Kunden und Auftraggebern Zweiter Teil: Verhandeln – Die Basis

- 22. 1 Einleitung
- 22. 2 Von der Anfrage bis zum Vertragsabschluss
- 22. 3 Vorbereitung eines Beratungsgesprächs
- 22. 4 Die Psychologie der Verhandlung
- 22. 5 Zusammenfassung
- 22. 6 Hausaufgabe
- 22. 7 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
- 22. 8 Anhang

Lernheft 23:

Der Umgang mit Kunden und Auftraggebern Dritter Teil: Verhandeln–für Fortgeschrittene

- 23. 1 Einleitung
- 23. 2 Fordern Sie Gegenleistungen bei Zugeständnissen
- 23. 3 Lassen Sie sich nicht für die Probleme Ihres Kunden einspannen
- 23. 4 Kundeneinwände für sich nutzen
- 23. 5 Die „höhere Instanz“

-
- 23. 6 Good guy – bad guy
 - 23. 7 Das Prinzip des „Nagens“
 - 23. 8 Der tote Punkt in einer Verhandlung
 - 23. 9 Das Bonbon zum Schluss
 - 23.10 Der Abschluss
 - 23.11 Gratulieren Sie dem Kunden
 - 23.12 Zusammenfassung
 - 23.13 Hausaufgabe
 - 23.14 Lösungen zu den Selbstlernaufgaben
 - 23.15 Anhang

Lernheft 24:

Rückschau

- 24. 1 Einleitung
- 24. 2 Warum Marketing?
- 24. 3 Sind Sie gut positioniert?
- 24. 4 Was ist Ihre Zielgruppe?
- 24. 5 Haben Sie eine Corporate Identity?
- 24. 6 Preise kalkulieren
- 24. 7 Marketinginstrumente im Überblick
- 24. 8 Verblüffen Sie Ihre Kunden
- 24. 9 Zusammenfassung

Abschlussarbeit