

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

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

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