



## DIE 4 P'S IM MARKETING AM BEISPIEL H&M

<p><b>P – „Product“ – Produkt- und Sortimentspolitik</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Umfangreiches Sortiment (6 Hauptbereiche)<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Frauen-, Männer- und Kindermoden, Divided, &amp;denim, Kosmetik</li></ul></li><li>• Zusätzlich: Schuhe, Accessoires</li><li>• Mode von Star-DesignerInnen (Karl Lagerfeld, Madonna, Roberto Cavalli etc.)</li><li>• KundInnenfreundliche Zusatzleistungen bei Bestellungen per Online-Shop oder Katalog</li></ul>	<p><b>P – „Price“ – Kontrahierungspolitik</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Niedrig- und Mittelpreispolitik</li><li>• Hohe Preise bei den DesignerInnen-Stücken</li><li>• Rabatte, zB für online-Einkäufe und Katalogbestellungen, Kauf 2 – Zahl 1</li><li>• SALE</li><li>• Monatsrechnung</li></ul>
<p><b>P – „Place“ – Distributionspolitik</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nutzung verschiedener Absatzkanäle<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Filialen</li><li>◦ Online-Shop</li><li>◦ Katalog</li></ul></li></ul>	<p><b>P – „Promotion“ – Kommunikationspolitik</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nutzung des TVs – Fernseh-Spots</li><li>• Fashion Videos auf der Webseite</li><li>• Werbeplakate</li><li>• „<i>Testimonials</i>“ – Stars als „BefürworterInnen“ der Marke H&amp;M und als DesignerInnen für H&amp;M</li><li>• Nutzung von aktuellen Kommunikationsplattformen wie Twitter oder Facebook</li><li>• Mundpropaganda</li></ul>