

Anonym

Herausforderungen, Möglichkeiten und Grenzen für die Etablierung und Vermarktung einer neuen Eventlocation. Kritische Analyse und Entwicklung eines Marketingkonzepts

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783668724525

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/428203>

Anonym

Herausforderungen, Möglichkeiten und Grenzen für die Etablierung und Vermarktung einer neuen Eventlocation. Kritische Analyse und Entwicklung eines Marketingkonzepts

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	IV
1 Einleitung	1
2 Theoretische Grundlagen.....	2
2.1 Abgrenzung und Begriffsbestimmungen.....	2
2.2 Das Marketingkonzept und seine Bestandteile.....	6
3 Entwicklung eines Marketingkonzepts für eine neue Eventlocation	9
3.1 Situationsanalyse.....	9
3.2 Marketingziele.....	11
3.3 Marketingstrategie.....	12
3.4 Marketingmix.....	15
3.4.1 Leistungspolitik.....	16
3.4.2 Preispolitik.....	19
3.4.3 Distributionspolitik.....	24
3.4.4 Kommunikationspolitik.....	26
3.4.5 Personalpolitik.....	31
3.4.6 Prozesspolitik.....	34
3.4.7 Ausstattungspolitik.....	36
4 Vorstellung der ██████████ GmbH.....	38
4.1 Entstehung und Aufgaben.....	38
4.2 Gegenstand der Marketingkonzeption.....	40
5 Erstellung eines Marketingkonzepts für den Hochzeitspavillon im ██████████ ██████████.....	41
5.1 Situationsanalyse.....	41
5.1.1 Unternehmensanalyse.....	41
5.1.2 Umfeldanalyse.....	42
5.1.3 SWOT-Analyse.....	43
5.1.4 Zielgruppenanalyse.....	44
5.1.5 Konkurrenzanalyse.....	44
5.2 Marketingziele.....	48
5.3 Marketingstrategie.....	49
5.4 Marketingmix.....	49
5.4.1 Leistungspolitik.....	49
5.4.2 Preispolitik.....	50
5.4.3 Distributionspolitik.....	52
5.4.4 Kommunikationspolitik.....	53
5.4.5 Personalpolitik.....	56
5.4.6 Prozesspolitik.....	57
5.4.7 Ausstattungspolitik.....	59

5.5 Zusammenfassung.....	60
6 Fazit.....	61
Literatur- und Quellenverzeichnis	63

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Arten von Events.....	3
Abbildung 2: Arten von Eventlocations.....	4
Abbildung 3: Eventarten und -beispiele einer Eventlocation.....	6
Abbildung 4: Grundbestandteile einer Marketingkonzeption.....	7
Tabelle 1: Strategietypen in der Eventbranche.....	13
Tabelle 2: Darstellung der Dienstleistungsphasen anhand Eventlocations.....	35
Tabelle 3: Stärken-Schwächen-Analyse für den Hochzeitspavillon.....	41
Tabelle 4: Chancen-Risiken-Analyse für den Hochzeitspavillon.....	42
Tabelle 5: SWOT-Analyse des Hochzeitspavillons.....	43
Tabelle 6: Konkurrenzanalyse innerhalb [REDACTED].....	45
Tabelle 7: Konkurrenzanalyse im näheren Umfeld von [REDACTED].....	45
Tabelle 8: Konkurrenzanalyse im weiteren Umfeld von [REDACTED].....	47