

[Download] Die Internationalisierung eines Filialsystems im Zeichen der Globalisierung: Ziele, Problembereiche und Gestaltungsansätze vor dem Hintergrund des Spannungsfeldes ... und Differenzierung (German Edition)

Die Internationalisierung eines Filialsystems im Zeichen der Globalisierung: Ziele, Problembereiche und Gestaltungsansätze vor dem Hintergrund des Spannungsfeldes ... und Differenzierung (German Edition)

Bastian Aue

*audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC*

Medien

Bastian Aue

Die Internationalisierung eines Filialsystems im Zeichen der Globalisierung

Ziele, Problembereiche und Gestaltungsansätze vor dem Hintergrund des Spannungsfeldes zwischen Standardisierung und Differenzierung

Masterarbeit

GRIN

DOWNLOAD   READ ONLINE

#4502529 in eBooks 2010-11-10 2010-11-10 File Name: B007GXTG22 | File size: 50.Mb

Bastian Aue : Die Internationalisierung eines Filialsystems im Zeichen der Globalisierung: Ziele, Problembereiche und Gestaltungsansätze vor dem Hintergrund des Spannungsfeldes ... und Differenzierung (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time,

and all praised Die Internationalisierung eines Filialsystems im Zeichen der Globalisierung: Ziele, Problembereiche und Gestaltungsansätze vor dem Hintergrund des Spannungsfeldes ... und Differenzierung (German Edition):

Masterarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,0, FernUniversität Hagen, Sprache: Deutsch, Abstract: Diese Masterarbeit thematisiert das Spannungsfeld zwischen Standardisierung und Differenzierung in der internationalen Geschäftstätigkeit und legt den Fokus auf die Marketinginstrumente: Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik. Die einzelnen Strategien (Standardisierung vs. Differenzierung) und Entscheidungen hängen einerseits mit Fokus auf das Unternehmen von deren Zielen und andererseits mit Fokus auf die Umwelt von den Rahmenbedingungen des betroffenen Marktes ab. Die Ziele lassen sich in drei groblich Orientierungen klassifizieren: Kosten- und Ertrags-, Absatzmarkt- und Beschaffungsorientierung. Die Extreme Standardisierungs- bzw. Differenzierungsstrategie definieren grobe Rahmenbedingungen für die Gestaltungsansätze der Marketinginstrumente und bringen jeweilige Vor- und Nachteile mit sich. Zu den Vorteilen der Standardisierungsstrategie können unter anderem die Skalen- und Verbundeffekte sowie die Lern- und Erfahrungskurveneffekte genannt werden. Gleichzeitig stehen diesen Vorteilen die geringe Anpassungsfähigkeit an die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse und generelle Flexibilität gegenüber. Die Differenzierungsstrategie ist aufgrund ihrer besonderen Fokussierung und flexiblen Anpassung an die Kundenbedürfnisse mit höheren Kosten verbunden. Diese können, wenn es die Rahmenbedingungen und die Nachfrage der potentiellen Kunden zulassen, mit einem gesteigerten Absatz ausgeglichen werden. Die Nachteile der einen Strategie können in einigen Bereichen mit den Vorteilen der anderen Strategie ausgeglichen werden. So ist es denkbar, dass Aspekte der Standardisierungsstrategie, wie die weitgehend Homogenisierung des Sortiments und die Beschränkung der Sortimentsbreite und -tiefe, die Kosten reduzieren und gleichzeitig mit Hilfe von differenzierten Kommunikationsmitteln und -medien die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse abdeckt. Das Filialsystem als Handelsform verbindet aufgrund ihrer Charakteristik, zu einem hohen Grad die oben genannten Vorteile beider Strategien miteinander. Das Sortiment ist auf ein bestimmtes Maß beschränkt, die Produktion und die Distribution sind weitestgehend standardisiert und die Kommunikation ist den jeweiligen Ländern angepasst. Die Preisgestaltung kann hinsichtlich der Eigenschaften der Produkte ebenfalls differenziert realisiert werden, um die einzelnen Konsumentenrenten abzuschöpfen. Abschließend wird ein Ausblick über zukünftige Entwicklungen und Herausforderungen gegeben.