

Bedeutung von Kommunikationsinstrumenten nach Branchen

Wie effektiv einzelne Kommunikationsinstrumente sind, ist kaum erforscht. Erfahrungen werden von Unternehmen meist als „Betriebsgeheimnis“ zurück gehalten.

Instrument	Dienstleister	Hersteller von Industriegütern	Hersteller von Konsumgütern	Handel
(Media-)werbung	●●	●	●●	●●
Information/Schulung/Werbeunterlagen für den Handel			●● *	
Verkaufsgespräch	●●●	●●●	●●● *	●
Persönliche Beziehungen	●●●	●●●	●●● *	
Telefongespräch	●●	●●		
Mailing, Direktmarketing, Wurfsendung	●	●	●	●●●
Verkaufsförderung/-unterlagen	●●	●●	●●	●●
Merchandising			●●	
Messen, Präsentationen, Tagungen, Kongresse	●	●●	● *	
Preisgestaltung/Sonderangebote/Aktionen/Werbezuschüsse/Rabatte	●●	●●	●● *	●●●
Exklusivangebote				●●
Zusatzleistungen (z.B. Parkplätze, Dienstleistungen)				●●
Garantien, Service	●●	●●	●●	

Bedeutung = Wichtigkeit und Intensität des Einsatzes

● = relativ bedeutsam ●● = bedeutsam ●●● = sehr bedeutsam

* Zielgruppe Handel