# Was ist Marketing?

## Anlaufstellen

* Marketing
	+ Klassisches vs. Onlinemarketing
	+ Direktes vs. indirektes Marketing
	+ Strategisches vs. operatives Marketing
* Zielgruppe

Der Begriff „Zielgruppe“ beschreibt eine Gruppe von Personen, die mit einer Werbebotschaft angesprochen werden soll. Die Marketing-Maßnahmen sind dabei speziell auf diesen Kreis zugeschnitten.

Die Zielgruppe kann durch soziodemografische Merkmale (Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung) beschrieben werden, aber auch durch durch psychografische Merkmale (Einstellungen, Motive, Denkweisen).

* Marketing-Mix (vier P des Marketings)

Damit werden die Marketinginstrumente bezeichnet, die im Produktmarketing zum Einsatz kommen (können):

* + Product (Produktpolitik): bezieht sich auf die Eigenschaften des Buchs, z.B. physisch oder elektronisch, Taschenbuch oder Hardcover, Format und Ausstattung, aber auch Cover, Titel …
	+ Price (Preispolitik): Für das Buchwesen besteht in Deutschland eine Preisbindung, deshalb kann der Autor hier nur wenig Einfluss nehmen. Aber: Preisschwellen beachten.
	+ Place (Distributionspolitik): behandelt die Wahl der Vertriebskanäle. Direktvertrieb, klassisch, online …
	+ Promotion (Kommunikationspolitik): befasst sich mit (den Kanälen für) Public Relations und Werbung; außerdem mit dem äußeren Erscheinungsbild des Autors und seiner Bücher

Um Ihre Bekanntheit als Autor zu steigern, können Sie kurz-, mittel- und langfristig …