Grundsätzliche Entscheidungen in der Preispolitik

Autor*in: Isabelle Weyand

Bei preispolitischen Veränderungen muss der Verein erst einmal entscheiden, welche der drei grundsätzlichen Richtungen er in der Preispolitik einschlägt.

Formen der marketingorientierten Preisbestimmung

Autor*in: Isabelle Weyand

Für die Preisfestlegung kann sich der Verein an verschiedenen Elementen orientieren, die es genauer zu betrachten gilt.

Beschwerdemanagement als Teil der Produktpolitik

Autor*in: Isabelle Weyand

In keinem Verein läuft alles perfekt. Aber wie kann der Verein mit Beschwerden umgehen? Was macht ein gelungenes, systematisches Beschwerdemanagement aus? Wie kann der Verein es einführen?

Produkt- und Dienstleistungspolitik

Autor*in: Dirk Schröter

Was will ein Sportverein anbieten? Welche Produkte und Dienstleistungen sind denkbar? Um die Beantwortung dieser Fragen geht es bei der Produkt- und Dienstleistungspolitik im Sportverein.

Gestaltungsrichtung der Produktpolitik

Autor*in: Isabelle Weyand

In Abhängigkeit der festgelegten Ziele und entwickelten Strategien des Vereins geht es nun um die Gestaltung des gesamten Vereinsangebots. Für das bisherige Leistungsangebot muss entschieden werden, ob es beibehalten oder verändert werden soll.

Markenpolitik für den Sportverein?

Autor*in: Isabelle Weyand

Kann ein Sportverein Markenpolitik für sein Leistungsangebot betreiben und was bedeutet dies für die Gestaltung seines Angebots?

Produktpositionierung als Aufgabe der Produktpolitik

Autor*in: Isabelle Weyand

Eine gute Produktpositionierung fordert den Verein besonders, da der Erfolg seines Leistungsangebots

im Wesentlichen von Wahrnehmung seitens der potenziellen Mitglieder abhängt.