



Arbeitsblatt:

Produktmarketing am Beispiel eines Haarshampoo-Etiketts verstehen

AUFGABE 1 ☆

Jedes Produkt ist entsprechend der Vorlieben seiner angepeilten Kauf-Zielgruppe gestaltet. Betrachte die unten abgebildeten Shampoo-Flaschen und ordne zu:

sportlich: Shampoo _____
umweltbewusst: Shampoo _____
edel: Shampoo _____

AUFGABE 2 ☆ ☆

An welche Zielgruppe richtet sich das von Dir hergestellte Shampoo?

1. Charakterisiere die potenzielle Zielgruppe im Hinblick auf Alter, Einkommen, Vorlieben und Kaufgewohnheiten. Mein Produkt richtet sich an:

2. Was ist an deinem Shampoo besser als an anderen Produkten? Finde deinen USP.

AUFGABE 3 ☆ ☆ ☆

Welchen Namen soll das Produkt erhalten? Führt hierfür in Kleingruppen ein Brainstorming durch. Listet anschließend eure drei Namens-Favoriten auf.

1. _____
2. _____
3. _____

Entscheidet euch für einen der drei Namen und formuliert für diesen einen Claim:



Schon gewusst?

Ein Claim ist ein kurzer, einprägsamer Werbeslogan. Er drückt den Nutzen, das „Versprechen“ oder den USP eines Produkts aus.



Schon gewusst?

USP steht für Unique Selling Proposition (dt.:

Alleinstellungsmerkmal). Der USP ist das Merkmal, durch das sich ein Produkt deutlich vom Wettbewerb abhebt.

AUFGABE 4 ☆ ☆

Gestaltet nun auf einem separaten Blatt das Etikett für euer selbst hergestelltes Shampoo.

Bezieht beim Entwurf eure Überlegungen aus den Aufgaben 1 bis 3 (Vorlieben und charakteristische Eigenschaften der Zielgruppe, USP des Produkts, Produktnamen) mit ein. Zur Inspiration und um herauszufinden, welche Etiketten besonders ansprechend gestaltet sind, könnt ihr auch bei eurem Lieblings-Friseursaloon vorbeischaun.

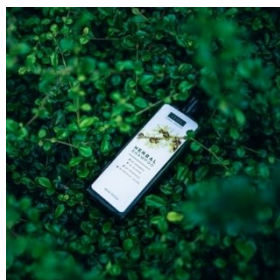


Abbildung 1 (© Pixabay/georvnyannykov)



Abbildung 2 (© Canva)



Abbildung 3 (© Pixabay/Mohamed_hassan)