|  |  |
| --- | --- |
| **Products** |  |
| after-sales service | Kundendienst |
| brand | Handelsmarke, Markenprodukt |
| brand-switcher | Marken-Wechsler; Kunden, die (oft preisabhängig) Produkte verschiedener Anbieter kaufen statt einer Marke treu zu bleiben |
| launch | Markteinführung, etw. auf den Markt bringen |
| line-filling | Produktprogramm durch Anbieten ähnlicher/ ergänzender Produkte auffüllen (oft um überschüssige Kapazitäten auszunutzen) |
| line-stretching | Produktprogramm durch Anbieten von Produkten für höheres bzw. niedrigeres Preissegment als bisher gewohnt erweitern, um neue Zielgruppen zu erreichen |
| market share | Marktanteil |
| multi-brand strategy | Verschiedenen Produktlinien eines Herstellers bekommen individuelle Markennamen |
| niche | Nische |
| product life cycle | Produktlebenszyklus (typischer Verlauf der Verkaufszahlen eines Produkts) |
| product range | Produktpalette |
| profitable | rentabel, gewinnbringend |
| prototype | Muster, Urbild, Prototyp |