

Handelsmarketing umfasst die Bereiche der betrieblichen Faktorkombinationspolitik (also im Rahmen der Festlegung des Marketing-Mixes) unter dem Primat der Marktorientierung.

Alle Entscheidungen sollen dazu dienen, dass Unternehmen auch mit seinen innerbetrieblichen Abläufen in Personalpolitik, Lager- und Transportpolitik auf den Markt hin auszurichten.

Zu den Massnahmen zählt beispielsweise auch die Warenkorbanalyse.