

G | Translation

Retail financial services are an essential part of the everyday lives of EU citizens. Examples include bank accounts, payments, private loans, mortgages, savings, pensions, financial investments and certain insurance products. They facilitate participation in economic activities, allow long-term planning and offer protection in case of unforeseen events.

However, despite significant progress in recent years, studies show that the integration of cross-border financial services for retail customers appears not yet to have completely exhausted its potential and that competition seems insufficient in some areas, leaving EU consumers unable to take full advantage of the benefits of the Single Market

One of the benefits of a single market is for instance increased competition. Competition in some markets, however, – above all in areas such as payment and other banking services – is not strong enough so that consumers frequently cannot benefit from better or less expensive services offered in other EU countries. Unless further efforts are made, European financial markets will probably remain fragmented.

Unit 14 | Marketing and sales

A | Crossword

Across

1. alienate
5. prestigious
7. enhance
8. professionalisation
14. upmarket
15. outlet

Down

2. sponsoring
3. donation
4. charity
6. ecological
9. vehicle
10. target group
11. preference
12. positioning
13. brand

B | Launching a new product

1

	Sound, Light & Pyromania	Elite	Celebrities Inc
Creativity	launch of Sun washing powder, illumination, special effects	events for top-ranking VIPs, access to really exclusive venues in and around Dallas	testimonials from celebrities
Experience	well-established agency, in the business for more than 15 years	very young agency, founded two or three years ago	set up ten years ago, father of owner is a Hollywood studio boss
Proximity	based in Dallas	just outside Dallas in Farmers Branch	New York
Price	slightly higher prices than competitors	affordable prices	might exceed our budget

- 3 1. c. – 2. e. – 3. g. – 4. h. – 5. b. – 6. a. – 7. f. – 8. d.

C | Fairs and exhibitions

1	DMC Messebau Eifelstrasse 87 Euskirchen
Gesprächsnotiz	
<p>Für: Markus Dern Verfasst von: Achim Böttcher Gesprächspartner: Heather McFarlane von Scotfood in Aberdeen, UK Betrifft: Anfrage Messestand ANUGA</p>	
<p>Frau McFarlane rief auf Empfehlung von Delicious Fruit aus Aberdeen an, für die wir seit mehreren Jahren Messestände für die ANUGA bauen. Da die Firma Scotfood im Oktober auch auf der ANUGA vertreten sein wird, bittet Frau McFarlane um ein Angebot für einen Messestand mit den Abmessungen 4 x 3 Meter. Der Stand soll mit einer Theke, einer Sitzgruppe mit einem Tisch und drei Stühlen sowie einem separaten Raum im rückwärtigen Bereich ausgestattet sein. Würden Sie Frau McFarlane bitte unsere Standardentwürfe sowie den Fragebogen per E-Mail zusenden, damit sie uns ihre genauen Anforderungen mitteilen kann. Ihre E-Mail Adresse lautet Heather.McFarlane@scotfood... .co.uk. Sie ist zudem telefonisch unter 0044 1224 59282-305... zu erreichen.</p>	

- 2 - catering services, kitchenette
 - security
 - telephone lines, internet access (wireless LAN), photocopier
 - fixtures and fittings such as electricity outlets, water, floor covering, additional furniture
 - waste disposal

**APPLICATION FORM
ITB BERLIN 201_**

Name of exhibitor: FunSports and Events Ltd	
Contact: Janet Aldrington	
Street: 157 Stourbridge Rd.	Telephone: 01926 73725...
Town and postal code: Warwick CV 38	Fax:
Country: UK	Email: Homepage: www.funsportsandevents... .co.uk
Please state the exact name of your company, full address and industry code (see page 6) for the catalogue. FunSports and Events Ltd, 157 Stourbridge Rd., Warwick CV 38	

I would like to order (please indicate)

X	Option 1 Pre-fixed stand of 9 sqm or 12 sqm EUR 269/sqm Additional Auma fee EUR 0.60/sqm + VAT
	Option 2 15 to 30 sqm including stand construction EUR 309/sqm Additional Auma fee EUR 0.60/sqm
	Option 3 Individual stand construction please contact Ms Judith Messer +49 (0) 30 30 38 2126...

Deadline for application 15 November 201_

We have read and acknowledge the Conditions of Participation and the General Terms of Business for Trade Fairs and Exhibitions of Messe Berlin (see appendix)

Place/date/signature

D | Grammar

- | | | |
|----------------------|-----------------------|---------------------|
| 1. haven't sent | 9. asked | 17. will consider |
| 2. have been | 10. Could | 18. met |
| 3. arrived | 11. are attached | 19. has been living |
| 4. spent | 12. saw | 20. had worked |
| 5. is booming | 13. turned out | 21. decided |
| 6. seems | 14. had been | 22. have received |
| 7. are being erected | 15. had also arranged | 23. will succeed |
| 8. visited | 16. followed | |

E | Distribution channels

1. True
2. False – These decisions might also be relevant for manufacturers of industrial goods.
3. True
4. False – The number of locations serving these markets is smaller than for mass markets.
5. True
6. False – Products are also given an exclusive note when their availability is restricted.

F | Translation

Die Werbung hat sich zu einer äußerst komplexen Kommunikationsform entwickelt, die einem Unternehmen eine Vielzahl von Möglichkeiten bietet, seine Botschaft dem Kunden nahezubringen. Eine vergleichsweise junge Werbungsart, die sich schnell ausbreitet, nutzt tragbare elektronische Geräte und schließt häufig die weitreichende Nutzung sozialer Medien ein. Unternehmen glauben, dass sie diese Medien nutzen können, um den Bekanntheitsgrad ihrer Marken zu erhöhen und neue Verbrauchergruppen zu erschließen.

Allerdings ist das Feedback aus Umfragen für Sozialmedien-Marketer wenig ermutigend gewesen. In einer Umfrage sagten fast zwei Drittel der Befragten, dass die sozialen Medien keinerlei Einfluss auf ihre Kaufgewohnheiten hätten. Nur 5% gaben an, in ihren Kaufentscheidungen von diesen Medien beeinflusst zu werden.

Das Werbepotential der sozialen Medien wird daher weiter diskutiert, wobei dieses Potential möglicherweise nicht in direkter Verbindung zu Verkaufserlösen steht. Sie geben Unternehmen die Gelegenheit neue Wege zu gehen, um eine Gemeinschaft mit ihren Kunden aufzubauen. Sie müssen sich allerdings mit den Kunden und deren Anliegen auseinandersetzen. Viele sind beunruhigt über die Art und Weise, wie ihre Browsing-Gewohnheiten getrackt werden, um sie mit persönlich zugeschnittener Werbung in den sozialen Medien gezielt anzusprechen.