

Abstract

Marketing durchdringt alle Geschäftsaktivitäten und ist zu einem zentralen Thema für alle Führungskräfte geworden. Neue Marketing-Ansätze stellen den Aufbau und die Pflege langfristiger Kundenbeziehungen in den Vordergrund mit dem Ziel der umfassenden Kundenzufriedenheit.

Was zeichnet ein gutes Marketing-Konzept aus? Welche Marktstrategien sind erfolgversprechend? Dieses Buch stellt ausführlich die Analyse-Tools vor und gibt eine fundierte Einführung in die klassischen Marketinginstrumente wie Produkt-, Distributions-, Konditionen- und Kommunikationspolitik. Es vermittelt ausführliches Grundlagenwissen zu

Konsumgüter- und Dienstleistungs-Marketing

Marken-Management

Customer Relationship Management (CRM)

Kundenwert (Customer Lifetime Value)

Efficient Consumer Response (ECR)

E-Business (E-Commerce)

Beschwerde-Management

Erfolgreiches Marketing ist das Ergebnis einer kreativen Kombination und wertschöpfenden Umsetzung der verschiedenen Ansätze und Instrumente.

Dieses Buch zeigt, worauf es dabei ankommt.'

Inhalt

Vom Verkaufen zum Customer Relationship Management

Markt und Konsumentenverhalten

Marktforschung

Produktpolitik

Distributionspolitik

Konditionenpolitik
Kommunikations-politik
Marketing-Mix
Dienstleistungs-Marketing
Neuere Entwicklungen des Marketings