

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Was Marketing ist	9
2 Wie Märkte erforscht werden	14
3 Welche Umweltfaktoren das Marketing beeinflussen.....	17
4 Warum Märkte segmentiert werden	20
5 Wie sich Konsumenten verhalten	22
6 Was im B-to-B-Marketing anders ist.....	27
7 Was Kundenzufriedenheit bedeutet	29
8 Wie Kunden gebunden werden.....	34
9 Welche strategischen Entscheidungen im Marketing getroffen werden müssen.....	41
10 Wie Produkte und Programme gestaltet werden.....	62
11 Wie Markenpolitik funktioniert	65
12 Wie Preise und Konditionen gestaltet werden	67
13 Wie Distributionspolitik funktioniert.....	70
14 Was in der Kommunikationspolitik gemacht wird	75
15 Wie Online-Marketing funktioniert	79
Glossar	85
Literaturverzeichnis	93
Index.....	95