

Zur Reihe: Kompakt-Training Praktische Betriebswirtschaft	5
Vorwort zur 8. Auflage	7
Vorwort zur 1. Auflage	8
A. Grundlagen	15
1. Die Entwicklung von der Absatzwirtschaft zum Marketing	15
2. Die wesentlichen Aspekte des Marketing	17
2.1 Der Marketingbegriff	17
2.2 Marketing als Instrument	18
2.3 Marketing als Unternehmensfunktion	19
3. Die Marketingziele	19
4. Erscheinungsformen des Marketing	21
5. Die Güter	26
6. Der Markt	27
7. Die Marktgrößen	29
8. Die Marketingumwelt	31
9. Positionierung	32
10. Käufer	33
11. Der Kaufentscheidungsprozess	34
11.1 Kaufentscheidungsprozesse von Konsumenten	35
11.2 Kaufentscheidungsprozesse von Unternehmen	38
11.3 Praxis der Kaufentscheidungsprozesse	40
12. Marketingstrategien	46
13. Customer Relationship Management (CRM)	50
14. Geschäftsmodelle	59
B. Marketingmanagementprozess	61
1. Prozessablauf	61
1.1 Umweltanalyse	65
1.2 Marktanalyse	66
1.3 Wettbewerbsanalyse	68
1.4 Potenzialanalyse	71
1.5 Stärken-Schwächen-Analyse	72
1.6 Konkurrenzanalyse	73

1.7	ABC-Analyse	77
1.8	Benchmarking	77
1.9	Wertkettenanalyse	79
1.10	Erfahrungskurvenanalyse	80
1.11	Portfolio-Analyse	82
1.12	Lebenszyklusanalyse	85
1.13	Szenario-Analyse	86
2.	Marketingkonzeption	88
2.1	Gap-Analyse	88
2.2	Produkt-Markt-Matrix	90
2.3	Marktstrategien	93
2.4	Marktfeldstrategie	93
2.5	Wettbewerbsstrategien	95
2.6	Marketingstrategien	96
3.	Marketingplan	98
3.1	Strategischer Marketingplan	99
3.2	Operativer Marketingplan	100
C.	Informationsbeschaffung	103
1.	Ziele und Aufgaben der Marktforschung	103
2.	Einsatzgebiete der Marktforschung	107
3.	Sekundärforschung	108
4.	Primärforschung	113
5.	Erhebungsmethoden	116
6.	Marktforschungsmethoden	117
6.1	Befragung	117
6.2	Beobachtung	122
6.3	Test	123
6.4	Panel	127
6.5	Prognosen	130
7.	Methoden der Datenanalyse	132
8.	Realisation der Marktforschungsuntersuchungen	135

D. Produktpolitik	137
1. Produktpolitik i. e. S.	139
2. Produktpolitische Entscheidungen	144
2.1 Produktinnovationsprozess	144
2.2 Produktverpackung	154
2.3 Produktdifferenzierung	157
2.4 Produktvariation	157
2.5 Produktdiversifikation	158
2.6 Produkteliminationsprozess	160
3. Produktlebenszyklus	161
4. Markenpolitik	165
5. Programm- und Sortimentspolitik	170
6. Kundendienst (Service)	173
7. Garantieleistungspolitik	174
 E. Kontrahierungspolitik	 177
1. Begriff	177
2. Preispolitik/Preisbildung	179
2.1 Kostenorientierte Preisbildung	180
2.2 Nachfrageorientierte Preisbildung	183
2.3 Marktorientierte Preisbildung	188
3. Preisstrategien	190
4. Preisfestlegung	194
5. Preisdifferenzierung	196
6. Preisbündelung	198
7. Rabattpolitik	199
8. Liefer- und Zahlungsbedingungen	201
9. Absatzfinanzierungspolitik	203

F. Distributionspolitik	205
1. Begriff	205
2. Absatzkanalpolitik	207
2.1 Direktabsatz	212
2.2 Indirekter Absatz	216
2.3 Handelsfunktionen	218
2.4 Handelsbetriebsformen	219
3. Multi-Channel-Absatzsysteme	221
4. Electronic Commerce	226
5. Distributionssysteme	229
6. Vertragliche Vertriebssysteme	229
7. Marketinglogistik	232
8. Hersteller-Handelsbeziehungen	236
8.1 Key-Account-Management	237
8.2 EDI (Electronic Data Interchange)	237
8.3 DPP (Direkte Produkt-Profitabilität)	237
8.4 ECR (Efficient Consumer Response)	238
8.5 Category Management	239
 G. Kommunikationspolitik	 241
1. Begriff	241
2. Werbung	242
2.1 Begriff	242
2.2 Arten	243
2.3 Prozess der Werbeplanung	247
3. Direktmarketing (Dialogmarketing)	258
4. Verkaufsförderung	260
5. Messen und Ausstellungen	262
6. Product Placement	262
7. Sponsoring	264
8. Events	266
9. Public Relations	267
10. Mobile-Marketing	269
11. Social Media-Kommunikation	272

12. Zusammenfassung	275
13. Verkauf	276
14. Kommunikations-Mix	285
H. Marketingorganisation	287
1. Begriff	287
2. Funktionsorientierte Marketingorganisation	289
3. Produktorientierte Marketingorganisation	290
4. Kundenorientierte Marketingorganisation	290
5. Gebietsorientierte Marketingorganisation	292
6. Matrixorganisation	293
7. Tensororganisation	295
8. Prozessorientierte Marketingorganisation	295
I. Marketingcontrolling	297
1. Ziele und Aufgaben	297
2. Operatives und strategisches Marketingcontrolling	302
3. Marketing-Audit	311
Übungsteil (Aufgaben und Fälle)	313
Lösungen	331
MiniLex	349
Literaturverzeichnis	365
Stichwortverzeichnis	369