

Christopher Zerres
Michael P. Zerres
Herausgeber

Handbuch Marketing-Controlling

Dritte, überarbeitete Auflage
mit 162 Abbildungen

 Springer

Inhaltsübersicht

I Einleitung	XI
Kapitel 1	
Einführung in das Marketing-Controlling	1
<i>Mark Möhlen/Michael Zerres</i>	
II Strategisches Marketing-Controlling	11
Kapitel 2	
Strategische Analysetechniken	11
<i>Oliver Kutz</i>	
Kapitel 3	
Erfolgsfaktorenforschung als Instrument des Marketing-Controllings.....	45
<i>Henrik Haenecke/Daniel Forsmann</i>	
Kapitel 4	
Marketingorientiertes Kernkompetenz-Controlling	57
<i>Peter M. Rose</i>	
Kapitel 5	
Corporate Citizenship-Controlling	75
<i>Nicole Fabisch</i>	
Kapitel 6	
Frühwarnsysteme.....	91
<i>Michael Reich/Thomas Hillar</i>	
III Operatives Marketing-Controlling	109
Kapitel 7	
Break-Even Analysis and Measures of Performance.....	109
<i>Nikolaos Tsorakidis/Sophocles Papadopoulos</i>	
Kapitel 8	
Balanced Scorecard	131
<i>Sascha Götte</i>	
Kapitel 9	
Entwicklung und Test von Nutzenversprechen.....	145
<i>Henrik Haenecke/Guido Laukamp</i>	

Kapitel 10	
Prozesscontrolling.....	165
<i>Michael Reich</i>	
Kapitel 11	
Projekt-Marketing-Controlling.....	185
<i>Florian Hiller/Philipp Kinkel</i>	
Kapitel 12	
Kundenbindungs-Controlling.....	201
<i>Enno Wolf</i>	
Kapitel 13	
Dienstleistungsmarketing-Controlling.....	229
<i>Enno Wolf</i>	
Kapitel 14	
Markenwert-Controlling.....	255
<i>Ulrich H. Heider</i>	
Kapitel 15	
Controlling der Preise und Konditionen.....	281
<i>Reimund Franke/Michael Bergmann</i>	
Kapitel 16	
Vertriebs-Controlling bei Banken.....	297
<i>Klaus Zimmer/Thomas Brakensiek</i>	
Kapitel 17	
Kommunikations-Controlling.....	317
<i>Charlotte Reich/Wolfgang Zahner</i>	
Kapitel 18	
Direktmarketing-Controlling.....	345
<i>Andreas Mann</i>	
Kapitel 19	
Efficient Consumer Response.....	375
<i>Dirk Seifert</i>	
Kapitel 20	
Online-Marketing-Controlling.....	395
<i>Michael Wegener</i>	
Kapitel 21	
EDV-Einsatz im Marketing-Controlling.....	423
<i>Kai R. Heuer /Torsten Büssow</i>	