

Inhaltsverzeichnis

1. Entwicklung Rahmenbedingungen	8
1.1 <i>Umfeldentwicklungen</i>	9
1.1.1 Gesellschaftliche Trends	9
1.1.2 Technologische Trends.....	10
1.1.3 Ökonomische Trends	12
1.1.4 Politisch-rechtliche Entwicklungen	13
1.1.5 Ökologie und Nachhaltigkeit	14
1.2 <i>Stakeholder</i>	15
1.3 <i>Betriebsformen</i>	16
1.4 <i>Kooperationen</i>	19
2. Analysen und Strategien.....	25
2.1 <i>Marktdaten</i>	28
2.2 <i>Marktforschung</i>	29
2.3 <i>Marktsituation</i>	35
2.4 <i>Marketingstrategien</i>	37
2.5 <i>Marktsegmentierung</i>	40
2.6 <i>Internationalisierung</i>	42
3. Marketinginstrumente	49
3.1 <i>Marketinginstrumente Handel.....</i>	49
3.2 <i>Marketinginstrumente Produktionsbetrieb</i>	51
3.3 <i>Positionierung und Profilierung</i>	52
3.4 <i>Standortmarketing.....</i>	53
3.5 <i>Markt- und Preismechanismen</i>	57
3.6 <i>Preispolitik</i>	68

3.7 Zielgruppenansprache	71
4. Sortimentsgestaltung	79
4.1 Struktur des Sortiments	79
4.2 Sortimentspolitik.....	81
4.3 Markenpolitik.....	83
4.4 Produktlebenszyklus.....	85
5. Verkaufsförderung und Service.....	91
5.1 Verkaufsförderung	91
5.2 Serviceangebote.....	93
5.3 CRM	94
5.4 Beschwerdemanagement	96
6. Visual Merchandising	99
6.1 Verkaufsflächen	100
6.2 Warenpräsentation.....	101
6.3 Zusammenarbeit.....	102
7. Werbekonzepte	104
7.1 Werbeplanung	104
7.2 Direktwerbung	108
8. Öffentlichkeitsarbeit.....	109
8.1 + 8.2 Zielgruppen	109
8.3 PR im Krisenfall	111
8.4 Sonderinstrumente.....	112
9. E-commerce	118

10. Analysieren und Bewerten von Entwicklungen	123
10.1 Wettbewerbssituationen.....	123
10.2 Konjunkturzyklen	127
10.3 Globalisierung	129
10.4 Europäische Union	131
10.5 Marketing-Mix	132
10.6 Marketing-Controlling.....	134
Übungsaufgaben - Antworten	142