

Inhalt

Vorwort	6
1. Was ist Marketing?	8
Marketing – der Begriff	9
Funktionsweise des Marketing	11
Marketing in verschiedenen Bereichen	12
2. Der Kunde, das unbekannte Wesen	20
Der Kunde als Schlüsselperson	21
Der Umgang mit Geschäftskunden	23
Bestimmen Sie Ihre indirekten Kunden	26
3. Positionierung – Ihr Alleinstellungsmerkmal	28
Mit Strategie zum Erfolg	29
Strategische Planung	31
Positionierung als Zielsetzung	33
Möglichkeiten zur Differenzierung	34
4. Ihre Leistungen – das Herz des Marketing	38
Leistungen	39
Gestaltung des Service	45
Eine attraktive Sortimentsgestaltung	46
5. Kommunikation im Marketing	50
Werbung	51
Events/Messen	54
Online-Marketing	55

6. Preis im Marketing	60
Preisentscheidungen	61
Der richtige Preis	62
Preislagen bestimmen und differenzieren	65
7. Vertrieb	68
Wege der Leistungen zum Käufer	69
Vertrieb und Marketing	72
Der Autor	74
Weiterführende Literatur	75
Register	76
Anhang: Der kürzeste Marketingplan der Welt	77