

Inhalt

Warum marktorientiert und kundengerecht handeln?	5
▪ Was Marketing beinhaltet	6
▪ Es kommt auf die Produkte an	8
▪ Wie Sie bei der Entwicklung eines Marketingskonzepts vorgehen	11
Die Ausgangssituation analysieren	13
▪ Marketingforschung	14
▪ Informationen über den Markt gewinnen	15
▪ Ihre aktuelle Situation auf der Handelsstufe bestimmen	21
▪ Die Konkurrenz einschätzen	23
▪ Weitere Einflüsse auf den Absatz	27
▪ Das eigene Unternehmen untersuchen	28
Marketingziele formulieren	31
▪ Welche Marketingziele sind denkbar?	32
▪ Wie Sie Marketingziele formulieren	33
▪ Was tun bei Zielkonflikten?	34

Strategische Marketingplanung	37
▪ Strategien ableiten aus der Produkt-Markt-Matrix	38
▪ Wie wird die Strategie durch den Lebenszyklus bestimmt?	41
▪ Den Erfahrungskurveneffekt nutzen	45
▪ Strategien entwickeln mit Portfolio-Analyse	46
▪ Strategien planen auf Basis der Wettbewerbsmatrix	57
Mit taktischer Marketingplanung gewinnen	63
▪ Die richtige Produktpolitik betreiben	64
▪ Richtig entscheiden über die Distribution	82
▪ Wie Sie Ihre Kommunikationspolitik optimal gestalten	88
▪ Online-Marketing kompetent einsetzen	102
▪ Die Preispolitik sinnvoll ausgestalten	109
▪ Stichwortverzeichnis	123