

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	24
■ Weitere Einflüsse auf den Absatz	27
■ Das eigene Unternehmen untersuchen	28
Marketingziele formulieren	31
■ Welche Marketingziele sind denkbar?	32
■ Wie Sie Marketingziele formulieren	34
■ Was tun bei Zielkonflikten?	35

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 der 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	81
▪ Wie Sie Ihre Kommunikationspolitik optimal gestalten	88
▪ Online-Marketing kompetent einsetzen	102
▪ Die Preispolitik sinnvoll ausgestalten	109
 ▪ Stichwortverzeichnis	 124