

Philip Kotler

DIE ZEHN TODSÜNDEN IM MARKETING

Fehler vermeiden - Lösungen finden

Aus dem Amerikanischen
von Ulrike Zehetmayr

Econ

INHALT

Einleitung

Marketing heute — Eine Bestandsaufnahme 11

Kapitel 1

Ihr Unternehmen ist nicht marktgetrieben und
kundenorientiert genug 23

Kapitel 2

Ihr Unternehmen versteht seine Zielkunden nicht 39

Kapitel 3

Ihr Unternehmen muss seine Konkurrenten besser
definieren und beobachten 55

Kapitel 4

Ihr Unternehmen hat die Beziehungen mit seinen
Stakeholdern nicht im Griff 65

Kapitel 5

Ihr Unternehmen ist nicht gut im Aufspüren
neuer Geschäftsmöglichkeiten 75

Kapitel 6

Die Marketingplanung Ihres Unternehmens
funktioniert nicht 87

Kapitel 7

Die Produkt- und Servicepolitik Ihres Unternehmens
muss verbessert werden 95

Kapitel 8

Die Markenpflege und die Kommunikation
Ihres Unternehmens sind mangelhaft 105

Kapitel 9

Ihr Unternehmen ist für effektives und effizientes
Marketing nicht gut genug organisiert 121

Kapitel 10

Ihr Unternehmen nutzt die Technologie
nicht optimal 147

Nachwort

Die zehn Gebote des effektiven Marketing 161

Stichwortverzeichnis 165