

Thomas Rudolph

Modernes Handelsmanagement

Eine Einführung in
die Handelslehre

PEARSON

Studium

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Leserhinweis	11
Kapitel 1 Prozesskompetenz	13
1.1 Einleitung	14
1.2 Grundlagen	16
1.2.1 Prozesskenntnisse und Kompetenzaufbau	16
1.2.2 Prozesse und Kompetenzen verdrängen starre Strukturen	17
1.2.3 Erfolgslogik und Basiskompetenzen im Handel	18
1.3 Handlungswissen	21
1.3.1 Wertkette analysieren und Kernkompetenzen identifizieren	21
1.3.2 Mit TQM-Prozesse koordinieren	24
1.4 <i>Fallstudie Pommes Frites</i>	26
1.5 Literaturverzeichnis	34
Kapitel 2 Strategiekompetenz	35
2.1 Einleitung	36
2.2 Grundlagen	36
2.3 Handlungswissen	39
2.3.1 Bestimmen Sie den Markt	39
2.3.2 Entwickeln Sie eine Unternehmensvision	42
2.3.3 Führen Sie eine Situationsanalyse durch	42
2.3.4 Identifizieren Sie eine erfolversprechende Grundsatzstrategie bzw. ein Geschäftsmodell	43
2.3.5 Legen Sie Ziele fest und beachten Sie die Ressourcen	45
2.3.6 Wählen Sie Profilierungsinstrumente	45
2.3.7 Beurteilen und optimieren Sie die Leistung	46
2.4 <i>Fallstudie IKEA</i>	47
2.5 Literaturverzeichnis	49
Kapitel 3 Kundenkompetenz	51
3.1 Einleitung	52
3.2 Grundlagen	52
3.2.1 Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Kundenperspektive	52
3.2.2 Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Managementperspektive	54
3.3 Handlungswissen	56
3.3.1 Marktsegmentierung planen	56
3.3.2 Konsumentenforschung im Handel konzipieren	67
3.4 <i>Fallstudie Supermarktkette Fresh Co.</i>	70
3.5 Literaturverzeichnis	71

Kapitel 4	Verkaufskompetenz	73
4.1	Einleitung	74
4.2	Grundlagen	75
4.2.1	Der Einkauf in der Verkaufsstelle - Entscheidung über Erfolg oder Misserfolg	75
4.2.2	Der Verkaufsprozess	76
4.2.3	Die Instrumente und Aufgaben im Verkauf	78
4.3	Handlungswissen	81
4.3.1	Sortimentsbreite bestimmen	81
4.3.2	Preislagen unterscheiden	82
4.3.3	Anforderungen und Grundformen der Ladengestaltung kennen lernen	84
4.4	<i>Fallstudie Giovanni-Sport</i>	86
4.5	Literaturverzeichnis	90
Kapitel 5	Logistikkompetenz	91
5.1	Einleitung	92
5.2	Grundlagen	92
5.2.1	Die Aufgaben der Logistik	92
5.2.2	Der Logistikprozess und seine Grundformen	93
5.2.3	Informationsverarbeitung und Logistik	97
5.3	Handlungswissen	98
5.3.1	Herausforderungen im Supply Chain Management erkennen ...	98
5.3.2	Aufbau eines wirkungsvollen Supply Chain Management am Fallbeispiel der Metro AG verstehen	99
5.4	<i>Fallstudie Albert Heijn</i>	102
5.5	Literaturverzeichnis	105
Kapitel 6	Beschaffungskompetenz	107
6.1	Einleitung	108
6.2	Grundlagen	109
6.2.1	Der Beschaffungsprozess	109
6.2.2	Der Einfluss von Produktspezifika auf den Beschaffungsprozess	111
6.2.3	Die Bedeutung von Category Management in der Beschaffung ..	112
6.3	Handlungswissen	113
6.3.1	Beschaffungsportfolio zur Sortimentsanalyse bestimmen	114
6.3.2	ABC-Analyse zur Analyse einzelner Warengruppen planen	115
6.3.3	ABC-/XYZ-Portfolio zur Ableitung beschaffungs- logistischer Konzepte aufstellen	117
6.3.4	Multiattributbewertung zur Lieferantenbeurteilung vornehmen .	118
6.3.5	Optimale Warenbestände planen	120
6.4	<i>Fallstudie CPFER bei dm-drogerie markt und Henkel</i>	121
6.5	Literaturverzeichnis	125

Kapitel 7	Finanzierungskompetenz	127
7.1	Einleitung	128
7.2	Grundlagen	128
	7.2.1 Begriffliche Definitionen	128
	7.2.2 Der Finanzierungsprozess	129
7.3	Handlungswissen	129
	7.3.1 Kapitalbedarf berechnen	129
	7.3.2 Finanzierungsanlass beachten	132
	7.3.3 Finanzierungsform wählen	134
	7.3.4 Finanzierungsstruktur optimieren	138
7.4	<i>Fallstudie Elektro Markt</i>	141
7.5	Literaturverzeichnis	141
Kapitel 8	Controllingkompetenz	143
8.1	Einleitung	144
8.2	Grundlagen	144
	8.2.1 Zweck des Controlling	145
	8.2.2 Der Controllingprozess	146
	8.2.3 Verankerung des Controlling im Unternehmen	150
8.3	Handlungswissen	151
	8.3.1 Kennzahlensysteme entwickeln	151
	8.3.2 Zentrale Handelskennzahlen auswählen	153
	8.3.3 Deckungsbeiträge verbessern	154
	8.3.4 Sortimentsmix optimieren	156
8.4	<i>Fallstudie Women's Wear</i>	157
8.5	Literaturverzeichnis	158
Kapitel 9	Personalkompetenz	159
9.1	Einleitung	160
9.2	Grundlagen	160
9.3	Handlungswissen	162
	9.3.1 Mitarbeiter motivieren	162
	9.3.2 Mitarbeiter führen	165
	9.3.3 Mitarbeiter gewinnen und entwickeln	167
9.4	<i>Fallstudie Oasis</i>	171
9.5	Literaturverzeichnis	172
Kapitel 10	Informationskompetenz	175
10.1	Einleitung	176
10.2	Grundlagen	176
	10.2.1 Informationsprozess	177
	10.2.2 Informationsquellen im Handel	178
	10.2.3 Informationsmanagement	186

10.3	Handlungswissen	187
10.3.1	Kundeninformationen in bestehende Informationssysteme integrieren	187
10.3.2	Leistungsfähigkeit integriert messen	188
10.3.3	Vom Informationsvermittler zum Informationsmanager.	190
10.4	<i>Fallstudie Rewe</i>	190
10.5	Literaturverzeichnis	193
	Literaturverzeichnis	195
	Liste relevanter Handelslinks	205
	Register	209