

Edward Russell

Grundlagen des Marketings

stiebner

Einleitung	6
Kapitel für Kapitel	7
Wie Sie dieses Buch optimal nutzen	8

Kapitel 1

Das Marketing	10
Was ist Marketing?	12
Strategisches Marketing	18
Kleine Geschichte des Marketings	20
Wohin geht die Entwicklung?	26
Klassisches Marketing versus neues Marketingmodell	28
Fallstudie: Die fünf „P“ in der Praxis	32
Smart-Plan: Teil 1	36
Fragen und Übungen zu diesem Kapitel	37

Kapitel 2

Das Konsumverhalten	38
Was heißt Konsumverhalten?	40
Einflüsse aufs Konsumverhalten	48
Konsumverhalten und individuelle Psychologie	52
Marktsegmentierung und Zielgruppe	54
Wie Menschen einkaufen	60
Der Jedermanneffekt	64
Fallstudie: Amazon.de und die Analytik	66
Smart-Plan: Teil 2	68
Fragen und Übungen zu diesem Kapitel	69

Kapitel 3

Produkt- und Markenentwicklung	70
Marke und Branding	72
Management und Wachstum von Marken	74
Warum sind Marken wichtig?	80
Neue Produkte und Marken entwickeln	82
Eine Produktneuentwicklung durchführen	86
Fallstudie: Petstages	90
Smart-Plan: Teil 3	92
Fragen und Übungen zu diesem Kapitel	93

Kapitel 4

Strategische Preisbildung	94
Grundlagen der Finanzierung	96
Gewinn – was unterm Strich bleibt	102
Preisstrategien	106
Fallstudie: Exotisches Wasser	112
Smart-Plan: Teil 4	114
Fragen und Übungen zu diesem Kapitel	115

Kapitel 5

Vertriebskanalmarketing	116
Was sind Vertriebskanäle, und wie funktionieren sie?	118
Vertriebsstrategien	122
Eine Vertriebsmannschaft aufbauen und managen	128
Kundenbindungsmarketing	132
Fallstudie: Wal-Mart	134
Smart-Plan: Teil 5	136
Fragen und Übungen zu diesem Kapitel	137

Kapitel 6

Die Werbung im Marketing	138
Grundlegende Theorien	140
Rationales versus emotionales Verkaufen	144
Die Kommunikationsrevolution	146
Die Marketingkommunikation entwickeln	150
Der kreative Prozess	158
Das Konzept verkaufen	164
Die Marketingkommunikation bewerten	166
Messung der Werbewirksamkeit	170
Fallstudie: Red Bull	174
Smart-Plan: Teil 6	176
Fragen und Übungen zu diesem Kapitel	177

Nützliche Quellen

Nützliche Quellen	180
Glossar	182
Bildnachweis und Dank	184
Ethik in der Arbeitswelt	185