

Inhalt

Teil 1 Die Denkhaltung im Marketing	5
Marketingkonzept	6
Marketinginhalte	9
Zentrale Elemente des Marketing	12
Beziehungsmanagement	12
Marktsegmentierung	16
Markenartikel	19
Positionierung	28
Marktarten	31
 Teil 2 Die Aktivitäten im Marketing	33
Marketing-Instrumente	34
Angebotsgestaltung	36
Produktpolitik	37
Programmpolitik	44
Gegenleistungsgestaltung	48
Preispolitik	49
Konditionenpolitik	62
Informationsgestaltung	64
Kommunikationspolitik	65
Identitätspolitik	77
Verfügbarkeitsgestaltung	78
Distributionspolitik	79
Verkaufspolitik	87
Marketing-Instrumental-Mix	92
 Literaturhinweise	93