

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Was ist Marketing?</b>	<b>9</b>
Marketing – der Begriff	9
Funktionsweise des Marketing	11
Marketing in verschiedenen Bereichen	13
<b>2. Der Kunde, das unbekannte Wesen</b>	<b>23</b>
Der Kunde als Schlüsselperson	23
Der Umgang mit Geschäftskunden	26
Bestimmen Sie Ihre indirekten Kunden	29
<b>3. Positionierung – Ihr Alleinstellungsmerkmal</b>	<b>33</b>
Mit Strategie zum Erfolg	33
Strategische Planung	36
Positionierung als Zielsetzung	38
Möglichkeiten zur Differenzierung	40
<b>4. Ihre Leistungen – das Herz des Marketing</b>	<b>45</b>
Leistungen	45
Gestaltung des Service	51
Eine attraktive Sortimentsgestaltung	53
<b>5. Kommunikation im Marketing</b>	<b>59</b>
Werbung	59
Events/Messen	63
Online-Marketing	64

<b>6. Preis im Marketing</b>	<b>71</b>
Preisentscheidungen	71
Der richtige Preis	73
Preislagen bestimmen und differenzieren	76
<b>7. Vertrieb</b>	<b>81</b>
Wege der Leistungen zum Käufer	81
Vertrieb und Marketing	84
<b>Fast Reader</b>	<b>87</b>
<b>Der Autor</b>	<b>93</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>94</b>
<b>Register</b>	<b>95</b>
<b>Anhang: Der kürzeste Marketingplan der Welt</b>	<b>96</b>