

Heribert Meffert (Hg.)

Erfolgreich mit den Großen des Marketings

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

<i>Heribert Meffert: Vorwort</i>	7
<i>Heribert Meffert: Marketing - Auf die marktorientierte Führung kommt es an!</i>	9
Grundlagen des Marketings	19
<i>Philip Kotler: Marketing wird es immer geben!.,</i>	21
<i>Al Ries, Jack Trout: Den Schauplatz-verlagern.</i>	25
<i>Manfred Krafft, Thomas Suwelack, Max'Niederhofer:</i> <i>Marktorientierte Unternehmensführung in der Rezession.</i>	35
<i>Philip Kotler: Internationales Marketing.</i>	46
<i>Andreas, Buchholz, Wolfram Wördemann: Marketing gegen alle Regeln - wie es Ryanair macht</i>	49
Strategisches Marketing-Management	57
<i>Philip Kotler: Marketing-Strategie.</i>	59
<i>Hermann Simon, Frank Luby, Frank Bilstein: Marketing-Mix optimieren - Gewinnpotenzial maximieren.</i>	63
<i>Jay Conrad hevinson: Die 16 großen Geheimnisse des Guerilla-Marketings.</i>	79
<i>Jürgen Kluge: Marketing für den Mobilfunk von morgen - wie sich in einem saturierten Markt Wachstumsimpulse schaffen lassen</i>	96
Kundenmanagement	111
<i>Christian Homburg, Harald Werner: Kundenorientierung mit System.</i>	113
<i>Hermann Simon: Kunden und Leistungsangebote der Hidden Champions.</i>	143

<i>Dieter Brandes: Erarbeiten Sie das Vertrauen Ihrer Kunden!</i>	175
Preismanagement	189
<i>Heribert Meffert, Benjamin Ballensiefen: Preisaktionen und Preisfairness bei Verkehrsdienstleistungen.</i>	191
<i>Rüdiger Jungbluth: Preisbindung bei Ikea</i>	199
Markenmanagement	207
<i>Philip Kotler: Marken</i>	209
<i>Heribert Meffert: Was macht eine starke Marke aus? Identitätsorientierte Markenführung als Fundament</i>	216
<i>Wally Olins: Warum Marken dem Kunden so wichtig sind.</i>	240
<i>Heribert Meffert, Hanna Lena Lepp: Krisensituationen als Herausforderung an die Unternehmens- und Markenführung - das Beispiel Nokia</i>	246
<i>Helmut Mancher: Die Bedeutung der Marke.</i>	259
Karriere im Marketing	273
<i>Al Ries, Jack Trout: Mitspielen in der Marketing-Welt</i>	275
<i>Seth Godin: Machen Sie sich unverwechselbar!</i>	279
<i>Brian Tracy: Entdecken Sie Ihr ganzes Potenzial.</i>	281
Zukunft des Marketing-Managements	299
<i>Heribert Meffert: Auf in die Marketing-Zukunft!</i>	301
Autoren	319
Bibliografie	323
Register	325