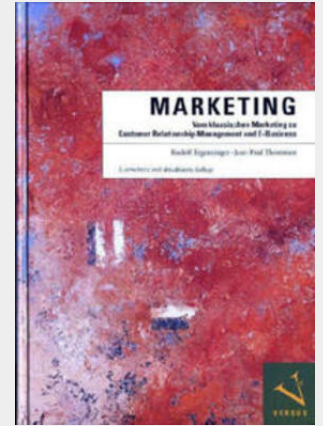


Marketing

Vom klassischen Marketing zu Customer Relationship Management und E-Business

Marketing durchdringt alle Geschäftsaktivitäten und ist zu einem zentralen Thema für alle Führungskräfte geworden. Neue Marketing-Ansätze stellen den Aufbau und die Pflege langfristiger Kundenbeziehungen in den Vordergrund mit dem Ziel einer umfassenden Kundenzufriedenheit. Was zeichnet ein gutes Marketing-Konzept aus? Welche Marktstrategien sind erfolgreich? Dieses Buch stellt ausführlich die Analyse-Tools vor und gibt eine fundierte Einführung in die klassischen Marketing-Instrumente wie Produkt-, Distributions-, Konditionen- und Kommunikationspolitik. Es vermittelt ausführliches Grundlagenwissen zu Konsumgüter- und Dienstleistungs-Marketing, Marken-Management, Customer Relationship Management (CRM), Kundenwert (Customer Lifetime Value), Efficient Consumer Response (ECR), E-Business (E-Commerce), Beschwerde-Management. Erfolgreiches Marketing ist das Ergebnis einer kreativen Kombination und wertschöpfenden Umsetzung der verschiedenen Ansätze und Instrumente. Dieses Buch zeigt, worauf es dabei ankommt.



49,90 €
46,64 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783039090303
Medium: Buch
ISBN: 978-3-03909-030-3
Verlag: Versus
Erscheinungstermin: 01.09.2005
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 2. erweiterte und aktualisierte Auflage 2005
Serie: Wirtschaft + Management
Produktform: Gebunden
Gewicht: 1038 g
Seiten: 520
Format (B x H): 170 x 240 mm

