

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Verzeichnis der Abbildungen	XI
Verzeichnis der Fallbeispiele	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII

I. Dynamische Märkte und ihre Konsequenzen für das Markt- und Unternehmenshandeln	1
1. Grundlegende Veränderungen der Marktbedingungen	1
2. Rolle von Marketingstrategien für die Führung von Unternehmen	3
3. Strategischer Marketingtrend und seine konzeptionellen Konsequenzen	5

II. Die trend-strategischen Optionen: ihre Ansatzpunkte und Erfolgsmuster (mit Fallbeispielen)	7
1. Undifferenziertes Massenmarketing	7
2. Differenziertes Massenmarketing	13
3. Segmentorientiertes Marketing	20
4. Nischenorientiertes Marketing	32
5. Kundenindividuelles Marketing	41

III. Erarbeitung und Umsetzung trend-strategischer Konzepte	51
1. Konzeptalternativen: Mono- oder multi-strategische Konzepte ..	52
2. Von der Markt- zur Kundenforschung	56
3. Operative Umsetzung kunden-fokussierter Konzepte	67
a) Angebotspolitische Maßnahmen	73
b) Distributionspolitische Maßnahmen	86
c) Kommunikationspolitische Maßnahmen	97
d) Anforderungen an Fertigungssystem und Wertkette	108

IV. Steuerungsgrundlagen von trend-strategischen Erfolgskonzepten	115
1. Kundenorientierung und Kundenbeziehung (Customer Relationship Management)	116
2. Kundenportfolio und Kundenwert (Marketing-Wertmanagement)	120

Literaturverzeichnis	125
Marken- und Unternehmensverzeichnis	129
Stichwortverzeichnis	131