

**Klaus Backhaus
Markus Voeth**

Industriegüter- marketing

Inhaltsübersicht

Teil 1: Industriegütermarketing als eigenständige Teildisziplin des Marketings

IA.	Bedeutung und Abgrenzung des Industriegütermarketings.	3
litel B.	Besonderheiten des Industriegütermarketings.	9
IC.	Was heißt Industriegütermarketing?.	13
litel D.	Zum Aufbau dieses Buches.	33

Teil 2: Analyse der KKV-Position

IA.	Die drei Perspektiven des KKV.	37
litel B.	Gewinnung und Verarbeitung KKV-relevanter Informationen	157

Teil 3: Geschäftstypenspezifisches Marketing

litel A.	Typologien im Industriegütermarketing.	181
litel B.	Marketing im Produktgeschäft.	205
1C.	Marketing im Anlagengeschäft	305
: Kapitel D.	Marketing im Systemgeschäft	401
Kapitel E.	Marketing im Zuliefergeschäft.	473
/ Kapitel F.	Geschäftstypenwechsel.	543