



Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing

Springer Gabler

Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing Springer Gabler

 [Download Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlage ...pdf](#)

 [Online lesen Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundla ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing Springer Gabler

653 Seiten

Kurzbeschreibung

Die zunehmende weltweite Angleichung industrieller Produkte und Dienstleistungen hat dazu geführt, dass die Kernidee des Marketing, die Suche nach relevanten Wettbewerbsvorteilen, auch in technologiegetriebenen Industrieunternehmen immer stärker in den Vordergrund rückt. Klaus Backhaus und Markus Voeth greifen diese Entwicklung im „Handbuch Business-to-Business Marketing“ auf und dokumentieren den aktuellen Erkenntnisstand in Theorie und Praxis. Renommiertere Wissenschaftler nehmen in 30 Beiträgen Stellung zu:

- Der Industrielle Kunde als Analyseobjekt
 - Geschäftsmodelle und Marketing-Strategien
 - Marketing-Instrumente (Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Vertriebspolitik, Preispolitik)
 - Industriegütermarketing-Controlling
- Neu in der 2. Auflage** Um ein hohes Maß an Aktualität zu schaffen, wurden den aktuellen Entwicklungen durch eine veränderte Struktur und durch neue Beiträge Rechnung getragen. Jedes Marketing-Instrument erhält einen Überblick, um dann einige Spezialitäten in ausgesuchten Beiträgen zu beleuchten. Da Fragestellungen des Industriegütermarketing inzwischen zumeist unter dem Begriff Business-to-Business Marketing diskutiert werden, wurde auch der Titel entsprechend angepasst. Alle aus der 1. Auflage „Handbuch Industriegütermarketing“ übernommenen Beiträge wurden schließlich vollständig überarbeitet.

Buchrückseite

Die zunehmende weltweite Angleichung industrieller Produkte und Dienstleistungen hat dazu geführt, dass die Kernidee des Marketing, die Suche nach relevanten Wettbewerbsvorteilen, auch in technologiegetriebenen Industrieunternehmen immer stärker in den Vordergrund rückt. Klaus Backhaus und Markus Voeth greifen diese Entwicklung im „Handbuch Business-to-Business Marketing“ auf und dokumentieren den aktuellen Erkenntnisstand in Theorie und Praxis. Renommiertere Wissenschaftler nehmen in 30 Beiträgen Stellung zu:

- Der Industrielle Kunde als Analyseobjekt
 - Geschäftsmodelle und Marketing-Strategien
 - Marketing-Instrumente (Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Vertriebspolitik, Preispolitik)
 - Industriegütermarketing-Controlling
- Neu in der 2. Auflage** Um ein hohes Maß an Aktualität zu schaffen, wurden den aktuellen Entwicklungen durch eine veränderte Struktur und durch neue Beiträge Rechnung getragen. Jedes Marketing-Instrument erhält einen Überblick, um dann einige Spezialitäten in ausgesuchten Beiträgen zu beleuchten. Da Fragestellungen des Industriegütermarketing inzwischen zumeist unter dem Begriff Business-to-Business Marketing diskutiert werden, wurde auch der Titel entsprechend angepasst. Alle aus der 1. Auflage „Handbuch Industriegütermarketing“ übernommenen Beiträge wurden schließlich vollständig überarbeitet. **Die Herausgeber** Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Backhaus ist Seniorprofessor und Direktor des Instituts für Anlagen und Systemtechnologien im Marketing Center der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Professor Dr. Markus Voeth ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing I im Institut für Marketing & Management der Universität Hohenheim. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Backhaus ist Seniorprofessor und Direktor des Instituts für Anlagen und Systemtechnologien im Marketing Center der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Professor Dr. Markus Voeth ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing & Business Development im Institut für Marketing & Management der Universität Hohenheim.

Download and Read Online Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing Springer Gabler #H4PBDI0V6UN

Lesen Sie Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler für online ebook Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler Bücher online zu lesen. Online Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler ebook PDF herunterladen Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler Doc Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler Mobipocket Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing von Springer Gabler EPub