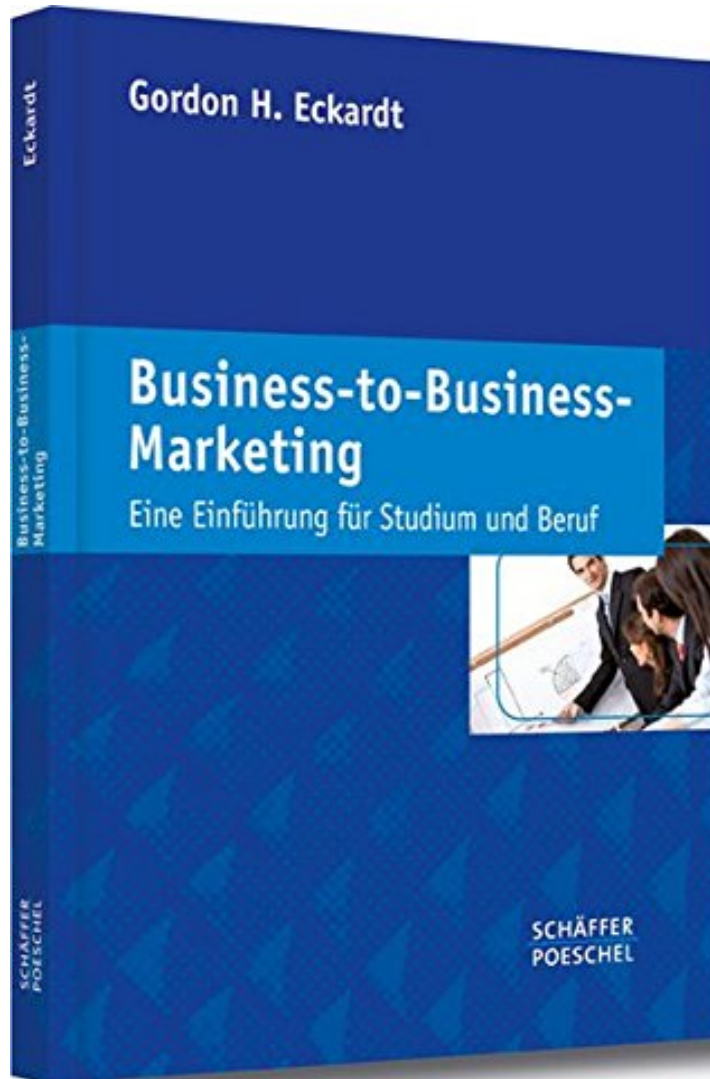


(Read free ebook) Business-to-Business-Marketing: Eine Einführung für Studium und Beruf

Business-to-Business-Marketing: Eine Einführung für Studium und Beruf

Von Gordon H. Eckardt

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #737547 in BcherVerffentlicht am: 2010-10-18Abmessungen: 9.65 x .67b x 6.77l, Einband: Taschenbuch282 Seiten | File size: 63.Mb

Von Gordon H. Eckardt : Business-to-Business-Marketing: Eine Einführung für Studium und Beruf before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Business-to-Business-Marketing: Eine Einführung für Studium und Beruf:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gut aber oberflächlichVon DanielIn diesem Buch werden leider mehr die bekannten B2C-Marketingmaßnahmen beschrieben

anstatt auf echte B2B-Strategien einzugehen. Zwar sind die Ausführungen zu Buying-Centern etc hilfreich, allerdings auch viel zu oberflächlich gestaltet. Hier fehlt es an Detailschreibe. Dennoch ist dieses Werk zu Einstieg in das Marketing von B2B/B2A-Firmen hilfreich. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute Zusammenfassung der wissenschaftlichen B2B-Marketing-Literatur Von Andreas Oettinger Das Buch geht nicht nur bei den Grundlagen des B2B-Marketings (Geschäftstypologien, Buying Center etc.), sondern anders als fast alle vergleichbaren Werke auch bei bekannten Strategietools wie der Portfolioanalyse auf speziell für den Investitionsgüterbereich weiterentwickelte Methoden ein. Praxisrelevante Beispiele und der geringe Umfang machen das Werk durchaus auch für Praktiker als Auffrischung des eigenen B2B-Wissens interessant. Themengebiete, die zwar zur Erstellung einer B2B-Marketing-Konzeption nötig aber identisch zum Konsumgütermarketing sind, werden der Vollständigkeit halber behandelt, aber sehr knapp gehalten. Da sich das Buch an der Gliederung von Backhaus' "Investitionsgütermarketing" orientiert, kann man es auch als "Zusammenfassung" dieses Standardwerks bezeichnen. Man bekommt einen guten Überblick und Hinweise zu Autoren, um die angerissenen Themen zu vertiefen. Für Praktiker kann das kompakte Buch trotzdem durchaus als "Checkliste" für den B2B-Marketing-Alltag dienen, bei dem gerade strategische Themen oft im Tagesgeschäft untergehen. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gut für erstes verstehen, viele Rechtschreibfehler Von Naddel Das Buch mussten wir kaufen, da unser Professor sich darauf bezogen hat. Es ist übersichtlich aufgebaut, aber es sind EINIGE Fehler und besonders viele Rechtschreibfehler drin, allerdings gut für einen ersten Überblick.

Kurzbeschreibung Ob in der Automobilzulieferung, im Maschinen- und Anlagebau oder bei IT-Services - das Business-to-Business-Geschäft macht in Deutschland einen weitaus größeren Teil der wirtschaftlichen Leistung aus als das private Endkundengeschäft. In der Marketingpraxis spielt dieser Bereich somit eine herausragende Rolle. Anhand umfangreicher Unternehmensfallstudien veranschaulicht das anwendungsorientierte Lehrbuch die Grundlagen des B2B-Marketing und erläutert Schritt für Schritt, wie eine Marketing-Konzeption für Business-Kunden erstellt wird. Auch für Praktiker ein zuverlässiger Ratgeber. über den Autor und weitere Mitwirkende Gordon Eckardt, Studium der BWL und Promotion an der Universität Göttingen, ist seit 2005 Professor für Allgemeine BWL und Marketing an der Fachhochschule Kiel. Zuvor war er mehrere Jahre in leitender Position in der Automobilindustrie (Volkswagen AG) im Bereich Vertrieb/Marketing tätig. Parallel zu seinen Haupttätigkeiten arbeitet G. Eckardt seit 1995 außerdem als Managementtrainer und Berater. Leseprobe. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten. Verschaffen Sie sich mit der Leseprobe einen Überblick über das Angebot.