

(Read now) Business-to-Business-Marketing

Business-to-Business-Marketing

Von Peter Godefroid, Waldemar Pfirtsch
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #974097 in BcherVerffentlicht am: 2009-01-14Abmessungen: 9.17 x 1.38b x 6.26l, Einband: Broschiert530 Seiten | File size: 56.Mb

Von Peter Godefroid, Waldemar Pfirtsch : Business-to-Business-Marketing before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Business-to-Business-Marketing:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen34 von 34 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Umfassend - praxisbezogen - aktuellVon Ein KundeDer Verfasser hat die 2. Aufl. seines Werks "Investitionsgter-Marketing" in der bekannten Marketingreihe des Kiehl-Verlages vorgelegt. Die nderung der Titulatur von Investitionsgter in B-to-B erweist sich bei der Lektre als richtig, da sie umfassender ist und wichtige Bereiche wie das Zuliefergeschft und Dienstleistungen einschliet.Das Werk ist sehr systematisch in neun Kapitel gegliedert (Grundlagen, Kuferverhalten, Marktforschung, Strategische Marketing-Planung, Produktpolitik,

Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Organisation und Personal-Strategien, Kommunikations-Strategien). Jedes Kapitel schließt mit Kontrollfragen und Lösungshinweisen. Ein abschließender Lösungsteil (incl. Lösungen) rundet die Publikation ab. Diese Teile sind insbesondere für Studierende eine sehr gute Lernhilfe. Als sehr gut wird die Didaktik des Werks bewertet. Die Ausführungen sind klar gegliedert und Texte wie auch Abbildungen sehr verständlich. Hier erkennt man in dem Verfasser den Marketing- und Vertriebsprofi, in der Didaktik den engagierten Hochschullehrer. Zusammenfassend: Eine umfassende und auch sehr gut recherchierte (Literaturliteraturauswertung) Publikation, die sich durch eine hohe Praxisorientierung (bei theoretischem Tiefgang), Aktualität und durch eine sehr gute Didaktik auszeichnet. Die Fachpublikation ist eine Pflichtlektüre für MarketingstudentenInnen und eine dringend empfohlene Soll-Lektüre für Marketing- und Vertriebspraktiker im weitergefassten Investitionsgüterbereich. Prof. Dr. Ludwig G. Poth, Düsseldorf / Neuss 15 von 18 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Der zugehörige Mittler zwischen Theorie und Praxis Von M. Bussmann Der Titel kann die Versprechungen des Titels erfüllen und widmet sich eingehend wie ausführlich dem Investitionsgütermarketing, ist aber nicht vom wissenschaftlichen Dokumentationseifer des Bandes "Industriegütermarketing" von Klaus Backhaus erfüllt. Für die wissenschaftliche Arbeit liefert der Band dennoch alle nötigen Verweise, für die Arbeit in einer Dissertation mögen die Formulierungen und Duktus dagegen nicht ausreichen. Dafür erhalten Studenten wie Praktiker viele praktische Hilfen, die sowohl vom Erfahrungshintergrund des Autors zeugen als auch dessen Willen, dem Leser Hilfen auf den Weg zu geben. Sehr empfehlenswert!

Kurzbeschreibung Der Band behandelt in anschaulicher, praxisnaher Form die Marktprozesse zwischen Unternehmen. In allen klassischen Feldern des Marketing - das Käuferverhalten von Unternehmen, Marktforschung, Produkt-, Preis-, Distributionspolitik sowie Vertrieb und Kommunikation - werden die Besonderheiten des Marketing bei Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen herausgearbeitet. Die 4. Auflage beinhaltet erstmals umfangreiche Fallstudien auf dem Gebiet des Business-to-Business-Marketing. Darüber hinaus nimmt der Bedeutung entsprechend der Einsatz neuer Technologien einen deutlich breiteren Raum ein. Das Internet, die Entwicklungen im E-Commerce, elektronische Marktplätze und CRM-Konzepte werden ausführlich in ihrer Auswirkung auf die Marketing-Prozesse im B2B-Bereich dargestellt. Die bewährten Elemente der Reihe - Kontrollfragen am Ende der Kapitel sowie der umfangreiche Beilagen mit Aufgaben/Fragen und Lösungen - hilft wie gewohnt bei der Erarbeitung und Vertiefung des Beschriebenen. Zahlreiche Schaubilder, Tabellen und Übersichten erleichtern das Verständnis des Stoffes. Mit diesem Buch finden sowohl Studenten und Dozenten, aber auch Praktiker einen hilfreichen Leitfaden zum Verständnis der Besonderheiten des Business-to-Business-Marketing.