

Michael Nagel  
Christian Mieke

# **MARKETING UND VERTRIEB**

**Die wichtigsten Methoden**

2., bearbeitete Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH  
Konstanz und München

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
<b>1 Marketing- und Vertriebsmethoden im Überblick .....</b>	<b>9</b>
<b>2 Kaufverhalten von Konsumenten und Organisationen .....</b>	<b>15</b>
2.1 Means-End-Analyse und Ladderingverfahren .....	16
2.2 Buying-Center-Analyse .....	24
<b>3 Marktforschung und strategisches Marketing .....</b>	<b>35</b>
3.1 Kundenanalyse .....	36
3.2 Produktlebenszyklusanalyse .....	47
3.3 Conjoint-Analyse.....	56
3.4 Kundenzufriedenheitsanalyse .....	66
3.5 Wachstumsstrategien.....	77
<b>4 Operatives Marketing und Marketing-controlling.....</b>	<b>87</b>
4.1 4P des Marketings.....	88
4.2 Lösungsorientiertes Verkaufen: OPAL-Methode.....	99

4.3 Sachbezogenes Verhandeln: Harvard-Methode....	108
4.4 Gewinnschwellenanalyse.....	118
4.5 Kundenwertanalyse.....	123
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>135</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>147</b>