

Inhalt

1. Wie Sie Marketingleiter werden	9
1.1 Ihre Erwartungen an die Position	9
1.2 Die Vergütung	10
1.3 Die Anforderungen der Unternehmen	13
Die persönliche Eignung	13
Die fachliche Qualifikation	17
1.4 Stellensuche und Bewerbungsverfahren	20
Die Stellensuche	20
Die schriftliche Bewerbung	23
Das Vorstellungsgespräch	24
2. Die ersten 100 Tage erfolgreich gestalten	33
2.1 Erfolgsfaktoren im Führungswechsel	33
2.2 Erwartungen erkennen und Konflikte meistern	35
Was Ihre Vorgesetzten erwarten	35
Was Ihre Leiterkollegen erwarten	38
Was Ihre Mitarbeiter erwarten	42
2.3 Schlüsselbeziehungen entwickeln	45
2.4 Bestandsaufnahme und Situationsanalyse	48
2.5 Arbeitsprozesse und Organisation der Marketingabteilung	52
2.6 Symbole und Rituale für einen erfolgreichen Start ..	56
3. Die Führung der Marketingabteilung	59
3.1 Erfolgsfaktoren der Teamführung	59
Zielorientierung	60
Aufgabenerfüllung	61
Teamgeist	61
Verantwortungsübernahme	63

3.2 Führungsmethoden des Marketingleiters	65
Führungsmethode Motivation	65
Führungsmethode Einsicht und Pflicht	68
Führungsmethode Herrschaft	69
3.3 Die Vorbildfunktion der Führungskraft	71
3.4 Führungsverhalten gegenüber unterschiedlichen Mitarbeitertypen	73
So führen Sie den Analytiker	73
So führen Sie den Expressiven	73
So führen Sie den Beständigen	74
So führen Sie den Macher	74
3.5 Mitarbeiter einschätzen und beurteilen	75
3.6 Delegation als Führungsinstrument	78
3.7 Mitarbeitergespräche als Führungsinstrument	80
3.8 Veränderungsprozesse in der Marketingabteilung gestalten.	87
3.9 Spitzenleistung durch gute Teamarbeit	89
4. Ausgewählte Schwerpunktthemen der ersten 100 Tage	91
4.1 Das integrierte Kommunikationskonzept	92
4.2 Markenmanagement	97
4.3 Dienstleisterauswahl und -steuerung	100
4.4 Public Relations	103
5. Der Beitrag des Marketings zum Geschäftserfolg	113
Nützliche Marketing-Links im Internet	115
Literaturverzeichnis	117
Der Autor	120