

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
AutorInnenverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIX

Teil I:

Gestaltung des Leistungsprogramms

Michael Kleinaltenkamp · Frank Jacob

1. Grundlagen der Gestaltung des Leistungsprogramms.....	3
--	---

Rolf Weiber · Tobias Kollmann · Alexander Pohl

2. Das Management technologischer Innovationen.....	83
---	----

Werner H. Engelhardt · Martin Reckenfelderbäumer

3. Industrielles Service-Management.....	209
--	-----

Teil II :

Gestaltung der Distributionsleistung

Michael Kleinaltenkamp

4. Auswahl von Vertriebswegen.....	321
------------------------------------	-----

Sabine Fließ

5. Vertriebsmanagement.....	369
-----------------------------	-----

Inhaltsverzeichnis

Teil III:

Gestaltung der Kommunikationsleistung

Olaf Plötner

6. Grundlagen der Gestaltung der Kommunikationsleistung..... 497

Sabine Fließ

7. Persönlicher Verkauf..... 549

Sabine Fließ

8. Messeplanung und -kontrolle 629

Teil IV:

Gestaltung des Leistungsentgelts und Vertragsgestaltung

Wulff Plinke · Albrecht Söllner

9. Preisgestaltung im Produktgeschäft..... 709

Bernd Günter

10. Vertragsgestaltung im Business-to-Business-Marketing 773

Stichwortverzeichnis 801

1 Grundlagen der Gestaltung des Leistungsprogramms

Michael Kleinaltenkamp · Frank Jacob

1	Grundlagen der Gestaltung des Leistungsprogramms.....	3
1.1	Die grundsätzlichen Aufgabenfelder des Produkt- und Marktmanagements.....	4
1.2	Das Leistungsprogramm als Kern des Leistungsbündels	6
1.3	Entscheidungsfelder der Leistungsgestaltung im Business-to-Business Bereich	8
1.4	Die Gestaltung des Leistungspotenzials.....	14
1.4.1	Der Umfang des Leistungsprogramms	14
1.4.2	Die Kapazität des Leistungspotenzials	29
1.4.3	Die Flexibilität des Leistungspotenzials	31
1.4.4	Die technologische Basis des Leistungspotenzials	34
1.5	Die Gestaltung der Leistungserstellungsprozesse.....	46
1.5.1	Die Analyse und Gestaltung der Prozesstransparenz.....	48
1.5.2	Die Gestaltung der Kundenintegration.....	50
1.5.3	Controlling der Kundenintegration.....	55
1.6	Produktmanagement als organisatorische Umsetzung.....	71
	Literaturverzeichnis.....	76
	Übungsaufgaben	82