

Management konkret

Zum erfolgreichen Absatz von Produkten und Leistungen genügt es in der Regel nicht, über bloßes Verkaufsgeschick zu verfügen. Vielmehr sind unter anderem aussagefähige Marktanalysen, bedarfsgerechte Produkt-, Preis- und Vertriebswegeplanungen sowie konsistente Maßnahmenbündel der Verkaufsförderung gefragt.

Das vorliegende Buch enthält einen Basissatz an Methoden, welche die Erfüllung dieser Aufgaben unterstützen. Mitarbeiter aus Marketing- und Vertriebsabteilungen erhalten – gewissermaßen für die Jackentasche – ein kompaktes Nachschlagewerk, in dem zentrale und für die Praxis relevante Methoden kurz und knapp vorgestellt, ihre Zielsetzungen beschrieben, die Anwendungsmöglichkeiten verdeutlicht und die umsetzungsbezogenen Grenzen aufgezeigt werden.

Michael Nagel, Christian Mieke

Marketing- und Vertriebsmethoden

Nagel/ Mieke
Marketing- und Vertriebsmethoden