

Business- und Dienstleistungsmarketing

Die Vermarktung integrativ erstellter Leistungsbündel

Dienstleistungen haben in den entwickelten Volkswirtschaften mittlerweile eine überragende Bedeutung erlangt. Diese Veränderung hat sich zu ganz überwiegenden Teilen im Business-to-Business-Bereich (B2B) vollzogen. B2B-Marketing ist deshalb zu großen Teilen auch Dienstleistungsmarketing und umgekehrt. Um diesen Entwicklungen gerecht zu werden, verfolgt das vorliegende Lehrbuch mit dem Ansatz des "Business- und Dienstleistungsmarketings" (BDM) ein Konzept, das beide Bereiche integriert sowie das theoretische und praktische Grundlagenwissen vermittelt. Es werden zunächst die wichtigsten Kundenaktivitäten und -prozesse dargestellt und anschließend die Besonderheiten der Vermarktung von Leistungsbündeln erläutert. Weiterhin werden vier Geschäftstypen des BDM (Spot-, Commodity-, Projekt- und Verbund-Geschäft) abgeleitet und die jeweiligen Marketing-Besonderheiten der Geschäftstypen diskutiert. Bei den Darstellungen wurden auch die aktuellen Entwicklungen der Digitalisierung und deren Konsequenzen für das BDM berücksichtigt.

Cover



44,00 €

41,12 € (zzgl. MwSt.)

sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3 Werktage

Artikelnummer: 9783170362987

Medium: Buch

ISBN: 978-3-17-036298-7

Verlag: Kohlhammer

Erscheinungstermin: 12.10.2022

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. erweiterte und aktualisierte Auflage 2022

Serie: Kohlhammer-Edition Marketing

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 694 g

Seiten: 468

Format (B x H): 153 x 231 mm

