



Werner Pepels

Der Marketing- und Vertriebsplan

Eckpunkte der Marketingstrategie, der Absatzvorbereitung und der Vertriebskonzeption

Dritte., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage

Zahlr. Tab. und Abb., 1011 Seiten, 2023

ISBN 978-3-428-18932-8, geb., € 99,90*

Alle Informationen zum Titel: www.duncker-humblot.de/9783428189328

»Der Marketing- und Vertriebsplan« erläutert die wichtigen Stellgrößen der Marketing- und Vertriebsplanung. Dies umfasst sowohl die strategische Absatzplanung als auch die operativen Planungen der 4-P im Marketing, insb. des Vertriebs. Marketinginteressierte und Professionals erhalten damit nicht nur einen »Bauplan« für ihre Aufgabe, sondern zugleich vielfältige Hilfestellungen für die praktische Arbeit durch systematische Strukturierung der Themen, praktische Beispiele und instruktive Abbildungen. Alle Inhalte sind dabei theoretisch fundiert, aber stets strikt anwendungsbezogen.

Das vorliegende Buch eignet sich vor allem für Entscheider in Marketing und Vertrieb, gleich ob zur Orientierung, im Senior-Management, als Update des Wissensstands, aber auch für Quereinsteiger in die Materie sowie zur Aufstiegsqualifizierung für Executives. Ebenso ist es als Vorbereitung zur Prüfung und zum Praxiseinstieg für Studierende der BWL und verwandter Fächer prädestiniert. Es handelt sich um die dritte, aktualisierte und erweiterte Auflage.

Inhalt

1. Strategische Marketing- und Vertriebsplanung
2. Operative Produkt- und Programmplanung
3. Operative Preis- und Konditionenplanung
4. Operative Kommunikations- und Identitätsplanung
5. Operative Distributions- und Verkaufsplanung
6. Instrumentalabstimmung

Literaturhinweise

Sachverzeichnis

Firmen- / Markenbeispiele (Auszug)