Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 6
Vorwort 7
Inhaltsnavigator zum Offensiven Marketing 11
Warum Sie dieses Buch lesen sollten 13

Kapitel I Die Idee des Offensiven Marketing: Der POISE-Ansatz 21

ABSCHNITT 1 PROFITABEL 81
Kapitel II Profitabel durch Offensives Marketing 83

ABSCHNITT 2 OFFENSIV 133
Kapitel III Die Offensive Einstellung entscheidet 135

ABSCHNITT 3 INTEGRATIV 161
Kapitel IV Mit Integriertem Marketing alle einbeziehen 163

ABSCHNITT 4 STRATEGISCH 203
Kapitel V Die Offensive Geschäftsanalyse als strategische Basis 206
Kapitel VI Nicht ohne die Zukunft planen 279
Kapitel VII Strategien offensiv entwickeln und ausrichten 303
Kapitel VIII Das Zielgruppenprogramm offensiv gestalten 353
Kapitel IX Ein Offensives Leistungsprogramm entwerfen 381
Kapitel X Leistungen offensiv positionieren 467
Kapitel XI Strategien in einem Offensiven Marketing-Plan konkretisieren 491

ABSCHNITT 5 EFFEKTIV UMGESETZT 533
Kapitel XII Offensive Marktforschung 537
Kapitel XIII Offensive Kommunikation 575
Kapitel XIV Offensives Absatzkanalmanagement 625
Kapitel XV Die Zukunft: Kunden betreiben Offensives Marketing 665

PS 686
Literaturverzeichnis 689
Firmen- und Markenverzeichnis 695
Verzeichnis der Internetadressen 698
Stichwortverzeichnis 701