

Vorwort	7
1 Den Marketingprozeß verstehen	11
2 Der Marketingplanungsprozeß: Die wichtigsten Schritte	22
3 Der Marketingplanungsprozeß: Das Ende der Mythen	48
4 Die Erstellung des Marketing-Audit: Der Kunde und der Markt-Audit	71
5 Die Erstellung des Marketing-Audit: Der Produkt-Audit	86
6 Die Festlegung von Marketingzielen und -strategien	118
7 Der Kommunikationsplan: Werbe- und Verkaufsförderungspläne	144
8 Der Kommunikationsplan: Der Verkaufsplan	162
9 Der Preisbildungsplan	177
10 Der Distributionsplan	194
11 Marketinginformationen Prognostizierung und Organisation für die Marketingplanung	210

12	Implementationsfragen der Marketingplanung	239
13	Ein Marketingplanungssystem – Schritt für Schritt	265
	Glossar der Marketingplanungsterminologie	326
	Index	332