
Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|---|
| Über den Nutzen dieses Buches | 7 |
|--|---|

Kapitel I:

| | |
|--|----|
| Warum wir neue Marketing-Ideen brauchen | 13 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 1. Der Markt gestern und heute | 13 |
| 2. Das Individuum erkennen | 16 |
| 3. Kaufmotive sind gefragt | 19 |
| 4. Produkte haben Bedeutungen | 22 |
| 5. Einordnung in Milieu-Gruppen | 27 |
| 6. Das fehlende Bindeglied: Positionierung | 29 |
| * 7. Ansätze zur Lösung | 42 |
| 8. Zusammenfassung | 49 |

Kapitel II:

| | |
|---|----|
| Ziele und Nutzen einer Marketing-Datenbank | 51 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| * 1. Datenherkunft und Verarbeitungsziele | 51 |
| 2. Direktmarketing als Vorreiter | 53 |
| 3. Weitere Anwendungsbeispiele | 59 |

Kapitel III:

| | |
|---|----|
| Die Datenbank als zentrales Instrument | 69 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| 1. Begriffserklärungen | 69 |
| 2. Entwicklung der Technologie | 71 |
| 3. Datenbanken brauchen Programme | 73 |
| 4. Forderung nach einem Modell | 75 |
| 5. Das Planen von Systemen | 82 |

| | |
|---|-----|
| 6. Anforderungen an Datenbanken | 85 |
| 7. Anforderungen an ein Konzept | 87 |
| 8. Arten von Datenbanken | 89 |
| 9. Externe Datenbanken | 92 |
| 10. Design von Datenbanken | 100 |
| 11. Das Entwickeln von Systemen | 104 |
| 12. Benutzerfreundliche Datenaufbereitung | 109 |

Kapitel IV:

Die Methoden im Detail 113

| | |
|---|-----|
| 1. Die grundsätzlichen Ziele | 113 |
| 2. Tips für den Aufbau der Datenbank | 115 |
| 3. Die Bestimmung der Güte eines Kunden | 122 |
| 4. Werbemittel gewinnbringend einsetzen | 124 |
| 5. Grundlagen eines Marketing-Information-Systems | 127 |
| 6. Beispiele für Selektionsmöglichkeiten | 130 |
| 7. Datenverwaltung mit Hilfe von Tabellen | 136 |
| 8. Erst rechnen, dann werben | 137 |
| 9. Auf das Testen nicht verzichten | 144 |
| 10. Die Bestimmung des Marktes | 149 |

Kapitel V:

Die Fulfillment-Systeme im Detail 157

| | |
|---|-----|
| 1. Die Grundlagen eines Gesamtsystems | 157 |
| 2. Management-Funktionen | 162 |
| 3. Verwaltung | 169 |
| 4. Produktmarketing und Einkauf | 171 |
| 5. Vertrieb und Werbung | 199 |
| 6. Auftragsabwicklung | 206 |
| 7. Lager und Versand | 220 |
| 8. Finanz- und Rechnungswesen | 230 |

Kapitel VI:

Gedanken zum Abschluß 235

Stichwortverzeichnis 237