

"Business-to-Business-Marketing"

Herausgeber: Prof. Dr. R. Weiber (schriff.), Prof. Dr. K. Backhaus, Prof. Dr. J. Büschken, Prof. Dr. W. H. Engelhardt, Prof. Dr. B. Günter, Prof. Dr. M. Kleinaltenkamp, Prof. Dr. M. Meyer, Prof. Dr. W. Plinke

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Joachim Büschken u. a. (Hrsg.)

Entwicklungen des Investitionsgütermarketing

1998. VI, 308 Seiten, 73 Abb., 6 Tab.,
Broschur DM 118,-/ ÖS 861,-/ SFr 105,-
ISBN 3-8244-6821-2

In diesem Sammelband wird deutlich, daß sich Transaktionsbeziehungen auf industriellen Märkten im Gegensatz zu Konsumgütermärkten als äußerst heterogen erweisen. Die Beiträge diskutieren Entwicklungstendenzen und zeigen Perspektiven auf.

Ralf Klöter

Opponenten im organisationalen Beschaffungsprozeß

1997. XVII, 257 Seiten, Broschur DM 98,-/ ÖS 715,-/ SFr 89,-
ISBN 3-8244-6482-9

Ralf Klöter zeigt, daß Widerstand beim Kunden auf vielfältige Ursachen zurückzuführen sein kann und dessen Überwindung oftmals in hohem Maße auch dem Anbieter obliegt.

Andreas Marra

Standardisierung und Individualisierung im Marktprozeß

Marktprozeßtheoretische Fundierung des Business-to-Business-Marketing
1999. XV, 200 Seiten, 11 Abb., Broschur DM 89,-/ ÖS 650,-/ SFr 81,-
ISBN 3-8244-6868-9

Andreas Marra entwickelt am Beispiel von Standardisierungsprozessen einen theoretischen Erklärungsrahmen für das Dynamisierungsphänomen und stellt Anhaltspunkte für die strategische Planung dar.

Thomas Platzek

Selektion von Informationen über Kundenzufriedenheit

1998. XXV, 365 Seiten, 45 Abb., 6 Tab.,
Broschur DM 128,-/ ÖS 934,-/ SFr 114,-
ISBN 3-8244-6867-0

Der Autor analysiert den Rückfluß zufriedenheitsbezogener Informationen zum Anbieter und zeigt, welche Ursachen für die Selektion von Zufriedenheitsinformationen verantwortlich sind.

Christoph Reinkemeier

Systembindungseffekte bei der Beschaffung von Informationstechnologien

Der Markt für PPS-Systeme

1998. XIX, 302 Seiten, 69 Abb., 2 Tab., Broschur DM 108,-/ ÖS 788,-/ SFr 96,-
ISBN 3-8244-6843-3

Der Autor untersucht am Beispiel des Marktes für PPS-Systeme die Bedeutung verschiedener unsicherheitsreduzierender Marketingmaßnahmen im Beschaffungsprozeß und analysiert, welche strategischen Konsequenzen Anbieter davon ableiten können.

Jörg Rockenhäuser

Digitale Konvergenz und Kompetenzmanagement

1999. XIX, 198 Seiten, 48 Abb., 8 Tab., Broschur DM 89,-/ ÖS 650,-/ SFr 81,-
ISBN 3-8244-6884-0

Der Autor entwickelt einen Ansatz zum Management und zur Neuausrichtung von unternehmerischen Kompetenzen. Er erläutert das Phänomen der digitalen Konvergenz und dessen Auswirkungen auf den Wertschöpfungsprozess.

Marco Schmäh

Anarbeitungsleistungen als Marketinginstrumente im Technischen Handel

1999. XVIII, 279 Seiten, 51 Abb., 15 Tab.,
Broschur DM 108,-/ ÖS 788,-/ SFr 96,-
ISBN 3-8244-6862-X

Durch individualisierte Anarbeitungsleistungen, wie etwa die Montage, das Stanzen oder das Einbinden, können sich Händler Wettbewerbsvorteile gegenüber ihren Konkurrenten sichern.

Jörg Schweikart

Integrative Prozeßkostenrechnung

Kundenorientierte Analyse von Leistungen im industriellen

Business-to-Business-Bereich

1997. XXII, 325 Seiten, 57 Abb., 29 Tab., Broschur DM 108,-/ ÖS 788,-/ SFr 96,-
ISBN 3-8244-6639-2

Jörg Schweikart entwickelt ein Instrumentarium zur Analyse von Leistungsergebnissen und -prozessen des Gemeinkostenbereichs unter Berücksichtigung der spezifischen Umfeld- und Kundenanforderungen.

*Die Bücher erhalten Sie in Ihrer Buchhandlung!
Unser Verlagsverzeichnis können Sie anfordern bei:*

Deutscher Universitäts-Verlag

Postfach 30 09 44

51338 Leverkusen