



Werner Pepels

Vertriebsmanagement

Die Distributions- und Verkaufspolitik im Marketing

3., erweiterte und komplett überarbeitete Auflage

Tab., zahlr. Abb., 605 Seiten

Print: <978-3-428-18534-4> geb., € 69,90

E-Book: <978-3-428-58534-2> € 62,90

Mit dem Band »Vertriebsmanagement« liegt nunmehr in dritter Auflage ein Lehr- und Handbuch zum Vertrieb vor, das sowohl Lehr- als auch Managementanforderungen gerecht wird. Die Professionalisierung dieses zentralen Bereichs des Vertriebsmanagements ist in neuerer Zeit kontinuierlich fortgeschritten.

Der Band stellt die Erfolgsfaktoren der Distributions- und Verkaufspolitik im Marketing in übersichtlich strukturierter Form dar. Er kombiniert die systematisch-analytische Aufbereitung eines Lehrbuchs mit zahlreichen transferorientierten Beispielen aus der Praxis und ist damit sowohl für Vertriebsprofis zur Bewältigung zunehmend komplexer Absatzaufgaben hilfreich als auch für Quereinsteiger in den Vertriebsbereich oder für Fach- und Führungskräfte mit nicht-marketingbezogener Ausbildung. Managerinnen und Manager erfahren dabei in vertiefter Form das umfängliche und differenzierte Handlungsinstrumentarium des Vertriebs. Der Band ist daher ebenfalls für Studierende der Betriebswirtschaftslehre zentral, um sich über die Schnittstellen von Marketing und Vertrieb sowie von Studium und Praxis zu informieren.

Inhalt

1. Die Gestaltung des Absatzkanals
2. Der Offline-Direktabsatz
3. Der Offline-Indirektabsatz
4. Der stationäre Handel als Absatzmittler
5. Der Online-Absatz
6. Die kaufmännische Auftragsbearbeitung
7. Die technische Auftragsbearbeitung
8. Die Verkaufsdurchführung
9. Die Vertriebssteuerung
10. Spezialaspekte des Vertriebs

Literaturhinweise

Stichwortverzeichnis

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden.
Nutzung und Download von E-Books erfolgen über unsere eLibrary.

Tel.: 030/790006-0 · werbung@duncker-humblot.de · verkauf@duncker-humblot.de

www.duncker-humblot.de