



## ERRATA

Bei der Herstellung des Buches ist uns im Inhaltsverzeichnis ein Fehler unterlaufen. Das korrekte Inhaltsverzeichnis finden Sie auf den beiden nachfolgenden Seiten.



Knut Wiesner, Uwe Sponholz

**Dienstleistungsmarketing**

2007. 230 Seiten, Broschur

€ 27,80

ISBN 978-3-486-58209-3

Reihe: WiSorium - Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Repetitorium,  
(Reihenherausgeber: Michael Bernecker)

München, den 29.08.2007

Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Lektorat  
Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>Vorwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>IX</b>
<b>1. Einführung ins Dienstleistungsmarketing.....</b>	<b>1</b>
1.1 Abgrenzung von Sachleistungen, Dienstleistungen und Serviceleistungen.....	5
1.2 Arten von Dienstleistungen und ihre Besonderheiten.....	6
1.3 Auswirkungen auf das Marketing von Dienstleistungen .....	9
<b>2. Marketingziele (normatives Marketing) .....</b>	<b>13</b>
2.1 Marketingziele als Teilziele der Unternehmensziele .....	15
2.2 Marketingziele für institutionelle/alleinstehende Dienstleistungen .....	18
2.3 Marketingziele für funktionale bzw. produktergänzende Dienstleistungen ....	20
<b>3. Strategisches Marketing.....</b>	<b>25</b>
3.1 Stategieentwicklung .....	26
3.2 Standardstrategien.....	28
3.3 Strategien für institutionelle Dienstleistungen.....	36
3.4 Strategien für funktionelle Dienstleistungen .....	37
<b>4. Informationsgewinnung, Analyse und Bewertung .....</b>	<b>45</b>
4.1 SWOT-Analyse/Strategische Situationsanalyse .....	49
4.2 Marktforschung - Marketingforschung .....	57
4.3 Qualitätssicherung und -bewertung .....	66
4.4 Databasemanagement.....	68
<b>5. Operatives und taktisches Marketing sowie typenspezifische Aufgaben .....</b>	<b>73</b>
5.1 Marketingprozess .....	74
5.2 Instrumente institutionellen Marketings (8 P) .....	75
5.2.1 product/service .....	78
5.2.2 process management .....	95
5.2.3 physical facilities .....	97
5.2.4 price.....	100
5.2.5 promotion.....	111

5.2.6	public voice .....	128
5.2.7	personnel.....	131
5.2.8	place.....	135
5.3	Instrumente funktionellen Marketings (5 p).....	139
5.3.1	programm .....	141
5.3.2	service-engeneering - Dienstleistungswicklung.....	158
5.3.3	price.....	186
5.3.4	place.....	199
5.3.5	promotion.....	203
6.	Marketing-Controlling/-Audit.....	211