



## 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 Strategieentwicklung .....	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 Qualitätsmessung 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-engineering - Dienstleistungswicklung.....	158
5.3.3	price.....	186
5.3.4	place.....	199
5.3.5	promotion.....	203
6.	Marketing-Controlling/-Audit.....	211