

Prof. Werner Pepels

Handelsmarketing

Handelsstufen

Handelsfunktionen

Betriebstypen

Absatzkanal

Absatzmethode

Warendurchsatz

Standortwahl

Logistik

Placierung

Kundenorientiertes Verhalten

im Verkauf

GABLER

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Invent.-Nr.:	45.760
Abst.-Nr.:	A 28/276
Sachgebiete:	0.2.2
	5.3

00260619

Inhalt

1	Die Herleitung des Handelsmarketing	1
2	Der Handel als Untersuchungsgegenstand	6
2.1	Die Besonderheiten des Wiederverkäufermarkts	6
2.2	Die Handelsstufen	7
2.3	Die Handelsfunktionen	9
2.4	Die Betriebstypen des Einzelhandels	10
2.4.1	Einteilungskriterien	10
2.4.2	Konkrete Ausformungen	13
2.5	Die Betriebstypen des Großhandels	22
2.5.1	Einteilungskriterien und Ausformungen	22
2.5.2	Bedeutung des Großhandels	23
2.6	Die Dynamik der Betriebsformen	25
3	Der Handel als Absatzkanal	30
3.1	Der Absatzkanal	30
3.1.1	Absatzkanalstruktur	30
3.1.2	Absatzkanaltiefe	32
3.1.3	Absatzkanalbreite	34
3.2	Die Absatzmethode	40
3.3	Der Warendurchsatz und seine Limitierung	43
3.4	Die Kooperation im Absatzkanal	48
3.4.1	Abstimmung mit der Handelsstufe	48
3.4.2	Raumvermietungsgeschäfte des Handels	52
3.4.3	Warenvermittlungsgeschäfte des Handels	53
3.4.4	Warenverkaufsgeschäfte des Handels ...	55

3.4.5	Zusammenschluß auf den Handelsstufen	57
3.4.6	Direktvertrieb über Repräsentanten	59
3.5	Die Konzentration im Absatzkanal	60
3.6	Die Absatzhelfer	65
3.7	Die Reisenden	69
3.8	Die Marktveranstaltungen	71
4	Die Übergabepolitik im Handel	74
4.1	Die Standortwahl	74
4.1.1	Checklisten-Techniken	75
4.1.2	Analog-Methode	77
4.1.3	Raumgebiets-Modelle	78
4.1.4	Distanzenbetrachtung	80
4.2	Die Logistik	82
4.2.1	Bedeutung	82
4.2.2	Lagerung	85
4.2.3	Transport	86
4.3	Die Placierung	90
4.3.1	Ladenorganisation	90
4.3.2	Geschlossenes Warenwirtschafts-System	95
4.3.3	Direkte Produkt-Profitabilität	99
4.4	Das kundenorientierte Verkaufsverhalten	103
4.4.1	Kontaktherstellung	104
4.4.2	Kundenqualifizierung	106
4.4.3	Einwandbehandlung	108
4.4.4	Konfliktüberwindung	111
4.4.5	Preisargumentation	113
4.4.6	Kaufnachbearbeitung	116
	Literaturverzeichnis	118
	Stichwortverzeichnis	122