

Helmut Müller

Service Marketing

Inhalte • Umsetzung • Erfolgsfaktoren

Mit 246 Abbildungen

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	46.686
Abstell-Nr. :	A28/2272
Sachgebiete :	
00261579	



Springer

Inhaltsverzeichnis

1. Marketing — theoretischer Ansatz oder reale Chance?	1
1.1 Was ist Marketing? (Basisbetrachtungen)	2
1.2 Die Beziehungen zwischen Marketing und F & E!	4
1.3 Marketing im Service?	8
2. Entwicklung einer Servicekonzeption unter Marketinggesichtspunkten	
2.1 Einstiegsbetrachtungen	19
2.2 Analyse	21
2.3 Ziele/Strategien	44
2.4 Umsetzung	72
2.5 Kontrolle	82
2.6 Zusammenfassung (Kurzportrait)	88
2.7 Industrielles Praxisbeispiel	91
3. Erfolgsfaktoren im Service	111
3.1 Service-Vertrieb	111
3.1.1 Ersatzteilhandel	121
3.1.2 Instandhaltung	133
3.1.3 Austausch/Recycling	156
3.2 Service-Logistik	168
3.2.1 Ersatzteillogistik	171
3.2.1.1 Planung	173
3.2.1.2 Beschaffung	176
3.2.1.3 Lagerung	181
3.2.1.4 Verteilung	183
3.2.2 Logistik für Dritte	193
3.3 Service-Technik	196
3.3.1 Servicetechnik	197
3.3.2 Servicedokumentation	215
3.3.3 Produkteinführung	236

3.4 Qualitätsmanagement	240
3.5 Beschwerdemanagement	260
3.6 Personalentwicklung	271
3.7 Management und Führung	285
4. Literaturverzeichnis	303
5. Quellenverzeichnis Abbildungen	309
Sachwortverzeichnis	317