

Produktpolitik

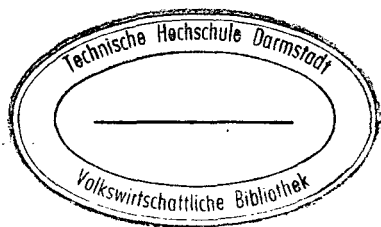
Klaus Brockhoff

2., erweiterte Auflage

62 Abbildungen

15 Tabellen

57 Aufgaben



Gustav Fischer Verlag · Stuttgart · New York

Inhalt

1. Grundlagen der Produktpolitik	1
1.1 Die Bedeutung neuer Produkte	1
1.2 Einige notwendige Grundbegriffe	7
Aufgaben zu Abschnitt 1	16
2. Produktpolitische Alternativen	18
2.1 Alternativen im Raum «objektiver» Eigenschaften ..	18
2.2 Alternativen im Produktmarktraum	22
2.3 Produktqualität	27
Aufgaben zu Abschnitt 2	34
3. Programmpolitische Alternativen	41
3.1 Drei Wirkungsebenen	41
3.2 Morphologische Betrachtung	41
3.3 Unternehmensstrategische Betrachtung	43
3.4 Passive, absatzpolitisch-taktische Betrachtung	56
3.5 Aktive, absatzpolitisch-taktische Betrachtung	63
Aufgaben zu Abschnitt 3	70
4. Präferenzen als Grundlagen der Kaufentscheidung von Produkten	75
Aufgaben zu Abschnitt 4	82
5. Phasen der Produktpolitik	83
5.1 Phasengliederung	83
5.2 Phasenverbindende Planungsprobleme	87
Aufgabe zu Abschnitt 5	96
6. Produktideen und Produktgestaltung	98
6.1 Anlässe für die Suche nach Produktideen	98
6.2 Alternativen zur Generierung von Produktideen ..	102
6.3 Ideenquelle und Produkterfolg	105
6.4 Produktpositionierung als Mittel zur Suche nach Produktideen	109
6.5 Verbundmessung zur Produktpositionierung	122

6.6	Elemente der Produktgestaltung	124
6.7	Grobauswahl von Vorschlägen zur Produktgestaltung	129
	Aufgaben zu Abschnitt 6	136
7.	Entscheidungsvorbereitung in der Entwicklungsphase	146
7.1	Ausgangspunkte der Entscheidungsvorbereitung ..	146
7.2	Entscheidungsaufgaben	148
7.3	Entscheidungsmodelle der Entwicklungsprogrammplanung	150
	Aufgaben zu Abschnitt 7	153
8.	Testphase	155
8.1	Testzwecke	155
8.2	Arten von Tests	157
8.3	Testmärkte	161
8.3.1	Einschränkungen	161
8.3.2	Feldexperimente	163
8.3.2.1	Regional begrenzter Testmarkt	163
8.3.2.2	Mini-Testmarkt	175
8.3.3	Experimente unter Laborbedingungen	178
8.4	Testmarktsimulator zur Entwicklung von Gestaltungsempfehlungen – eine Fallstudie	185
8.5	Auswertung von Testmarktbeobachtungen	193
8.5.1	Hochrechnungs-Modelle	193
8.5.2	Prognose-Modelle	196
8.6	Entscheidung über den Einsatz von Tests	209
8.7	Entscheidung über die Produkteinführung	213
8.7.1	Produkteinführungszeitpunkt	214
8.7.2	Entscheidungskalkül	217
	Aufgaben zu Abschnitt 8	220
9.	Produktvariation	227
	Aufgabe zu Abschnitt 9	237
10.	Produktdifferenzierung	238
	Aufgaben zu Abschnitt 10	243
11.	Produktelimination	247
	Aufgaben zu Abschnitt 11	254

12. Organisation der Produktpolitik.....	257
Aufgaben zu Abschnitt 12.....	274
Lösungen und Lösungshinweise zu einigen Aufgaben.....	276
Literaturverzeichnis.....	288
Sachwortverzeichnis.....	306