

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan

Die neue Dimension des Marketings

Vom Kunden zum Menschen

2010, geb., 223 Seiten, 17 Abb., 8 Tabellen

D 39,90 € / A 41,10 € / CH 62,90 Fr.*

ISBN 978-3-593-39343-8

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 9. August 2010

Den Kunden als ganzen Menschen sehen – das ist die neue Dimension des Marketings. In seinem neuen großen Werk zeigt Philip Kotler, warum erfolgreiches Marketing heute auf den „human spirit“ setzen muss und liefert konkrete Handlungsanweisungen zur Umsetzung.

In den vergangenen 60 Jahren hat sich Marketing gewandelt: von der Konzentration auf das Produkt zur Konzentration auf den Kunden. Heute verändert sich das Marketing erneut: Es hat nicht mehr nur den Kunden als Käufer, sondern den Menschen als Ganzes im Blick. Kunden sind Menschen, die soziale Verantwortung übernehmen und einen Beitrag leisten wollen. Genau das erwarten sie auch von Unternehmen, deren Produkte sie kaufen. Unternehmen werden nicht mehr als autarke Einzelkämpfer in einer wettbewerbsgeprägten Welt gesehen, sondern als Organisationen, die Werte und Verantwortung verkörpern und Identifikationspotenziale bieten.

Erstmals beschreibt Philip Kotler, der Begründer des modernen Marketings, wie Unternehmen dieser Erwartung gerecht werden können. In seinem neuen Buch zeigt er mit großer Praxisnähe,

- welche wirtschaftlichen Trends dafür verantwortlich sind, dass Marketing unbedingt auf den Menschen ausgerichtet werden muss,
- wie ein Unternehmen seine Vision, seine Mission und seine Werte bei allen maßgeblich Beteiligten vermarkten kann – bei Verbrauchern, Mitarbeitern, Vertriebspartnern und Aktionären,
- wie das neue Marketing zur Lösung globaler Probleme um- und eingesetzt werden kann, etwa in Bezug auf Gesundheit, Armut und ökologische Nachhaltigkeit.

Konkrete Handlungsanweisungen und viele Praxisbeispiele veranschaulichen, wie der Unternehmenserfolg mit dem „human spirit“-Marketing langfristig gesichert werden kann.

Die Autoren

Philip Kotler, S.C. Johnson & Son Distinguished Professor für internationales Marketing an der Kellogg School of Management der Northwestern University, gilt weithin als Vater des modernen Marketings. Er wird vom Wall Street Journal unter die sechs einflussreichsten Wirtschaftstheoretiker gewählt.

Hermawan Kartajaya ist Gründer und Chef von MarkPlus, Inc. und gehört laut dem britischen Chartered Institute of Marketing zu den „50 Gurus, die die Zukunft des Marketings geprägt haben“.

Iwan Setiawan ist leitender Berater bei MarkPlus, Inc.

Kontakt

Kathrin Schieferstein, 069-976516-25, schieferstein@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de