

Thema der nächsten Ausgabe: Marketing- und Vertriebsintelligenz



In den heutigen dynamischen Käufermärkten sind Markt- und Kundenorientierung kein optionaler Zusatz, sondern überlebenswichtige Kriterien geworden. Gerade im Zuge rasanter technologischer Entwicklungen und sich schnell verändernder Marktbedingungen müssen Vertriebs- und Marketingmanagement proaktiv agieren, um erfolgreich zu sein. Frühzeitige Erkennung von Trends, zielgesteuerte Marktforschung, Intuition der Mitarbeiter sowie die kollektive Leistungsfähigkeit des Unternehmens und seiner IT-Systeme: All diese Aspekte determinieren den Grad an „Marketing- und Vertriebsintelligenz“. Die nächste Ausgabe zeigt, wie Trends frühzeitig erkannt und strategisch implementiert werden können, welche Marktforschungsmethoden einen Mehrwert leisten und wie emotionale Intelligenz bei Mitarbeitern gezielt zur Trenderkennung genutzt werden kann.

Impressum

Marketing Review St. Gallen

Marketingzeitschrift für Theorie & Praxis
www.marketingreview.ch
Ausgabe X | XXXX | 31. Jahrgang
ISSN 1865-6544

Verlag

Springer Gabler
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden
www.springer-gabler.de
Amtsgericht Wiesbaden | HRB 9754
USt-IdNr. DE811148419

Geschäftsführer

Armin Gross | Peter Hendriks |
Joachim Krieger

Gesamtleitung Anzeigen und Märkte

Armin Gross

Gesamtleitung Produktion

Olga Chiarcos

Gesamtleitung Publishing

Stefanie Burgmaier

Beirat

Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus, Berlin
Prof. Dr. Hans H. Bauer, Mannheim
Dr. Hans-Jürg Bernet
Prof. Dr. Manfred Bruhn, Basel
Prof. Dr. Christoph Burmann, Bremen
Prof. Dr. Dr. h. c. Hermann Diller, Nürnberg
Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Oestrich - Winkel
Prof. Dr. Jürgen Häusler
Prof. Dr. Manfred Krafft, Münster
Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Heribert Meffert, Münster
Prof. Dr. Anton Meyer, München
Ulrich H. Moser
Dr. Michael Reinhold

Felix Richterich

Urs Riedener
Prof. Dr. Bodo B. Schlegelmilch, Wien
Prof. Dr. Christian Schmitz
Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff, Aachen
Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Hermann Simon
Alexander Stanke
Uwe Tännler
Dr. Raimund Wildner
Elmar Wohlgensinger
Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Zentes, Saarland

Herausgeber

Prof. Dr. Christian Belz
Prof. Dr. Thomas Bieger
Prof. Dr. Andreas Herrmann
Prof. Dr. Sven Reinecke
Prof. Dr. Thomas Rudolph
Prof. Dr. Christian Schmitz
Prof. Dr. Marcus Schögel
Prof. Dr. Torsten Tomczak
Prof. Dr. Dirk Zupancic

Redaktionsleitung

Universität St. Gallen
Dipl.-Kfm. Erik Klautzsch
Tel.: +41 (0)71 2247171
Erik.klautzsch@unisg.ch
Verlagsmitarbeiterin
Karin Halder

Redaktionsleitung Springer Gabler

Anja Schüür-Langkau
Tel.: +49 (0)611 7878-638
anja.schueuer-langkau@springer.com

Leitung Programmbereich Marketing | Sales | Kommunikation

Barbara Roscher
Tel.: +49 (0)611 7878-233
barbara.roscher@springer.com

Kundenservice

Springer Customer Service GmbH
Springer Gabler-Service
Haberstr. 7 | D-69126 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 345-4303
Fax: +49 (0)6221 345-4229
Montag – Freitag 8.00 Uhr – 18.00 Uhr
springergabler-service@springer.com

Produktmanagement

Melanie Engelhard-Gökalp
Tel.: +49 (0)611 7878-315
melanie.engelhard-goekalp@springer.com

Verkaufsleitung Anzeigen

Carolin Habermann
Tel.: +49 (0)611 7878-211
Fax: +49 (0)611 7878-78211
carolin.habermann@best-ad-media.de
Anzeigenpreise: Es gelten die Mediainformationen vom 01.10.2012

Anzeigendisposition

Michaela Friedt
Tel.: +49 (0)611 7878-618
Fax: +49 (0)611 7878-443
michaela.friedt@best-ad-media.de

Layout und Produktion

Erik Dietrich
erik.dietrich@springer.com

Titelbild

Jörg Block
info@joergblock.de

Bezugsmöglichkeit

Das Heft erscheint sechsmal jährlich.
Bezugspreise Print + Online (inkl. MwSt. und Versand): Deutschland und Schweiz: 169,- EUR, Ausland: 195,- EUR, Weltweit

(Airmail): 223,- für Studenten (inkl. MwSt. und Versand): Deutschland und Schweiz: 83,-EUR, Ausland: 109,- EUR Weltweit (Airmail): 137,- EUR.

Jedes Abonnement enthält eine Freischaltung für das Online-Archiv auf www.springerprofessional.de/2730154 (Registrierung erforderlich). Der Zugang gilt ausschließlich für den einzelnen Empfänger des Abonnements.

Das Abonnement kann jederzeit zur nächsten erreichbaren Ausgabe schriftlich mit Nennung der Kundennummer gekündigt werden. Eine schriftliche Bestätigung erfolgt nicht. Zuviel gezahlte Beträge für nicht gelieferte Ausgaben werden zurückerstattet.

Druck und Verarbeitung

Stürtz, Würzburg

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in elektronischen Systemen. Nachdruckgenehmigung kann die Redaktion erteilen. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Rezensionsexemplare wird nicht gehaftet. Jede im Bereich eines gewerblichen Unternehmens hergestellte oder benutzte Kopie dient gewerblichen Zwecken gem. §-54-(2)-UrhG und verpflichtet zur Gebührenzahlung an die VG WORT, Abteilung Wissenschaft, Goethestr. 49, 80336 München, von der die einzelnen Zahlungsmodalitäten zu erfragen sind.

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM und allen anderen elektronischen Datenträgern.

Hinweise für Autoren

Der Autor ist mit der Veröffentlichung seines Beitrags damit einverstanden, dass sein Beitrag außer in der Zeitschrift auch durch Lizenzvergabe in anderen Zeitschriften (auch übersetzt), durch Nachdruck in Sammelbänden (z. B. zu Jubiläen der Zeitschrift oder des Verlages oder in Themenbänden), durch längere Auszüge in Büchern des Verlages auch zu Werbezwecken, durch Vervielfältigung und Verbreitung auf CD-ROM oder anderen Datenträgern, durch Speicherung auf Datenbanken, deren Weitergabe und den Abruf von solchen Datenbanken während der Dauer des Urheberrechtsschutzes an dem Beitrag im In- und Ausland vom Verlag und seinen Lizenznehmern genutzt wird.

© Springer Gabler ist Teil von Springer Science+Business Media.