



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Osnabrücker Beiträge zum Landschaftsbau 02/2011

MARKETING-CONTROLLING IM GARTEN- UND LANDSCHAFTSBAU BESTANDSAUFNAHME - ANFORDERUNGEN - UMSETZUNGSMÖGLICHKEITEN

Die Arbeit zeigt, dass es nicht darum geht einzelne Marketing-Maßnahmen zu kontrollieren. Vielmehr liegt das Ziel in der Darlegung eines ganzheitlichen Systems zur Optimierung des außen- bzw. marktorientierten Auftretts eines Garten- und Landschaftsbauunternehmens. Darüber hinaus wird dem Unternehmer ein Instrument an die Hand gereicht, welches ihm ermöglicht seinen Außenauftritt effizient und effektiv durch gezielte und ergebnisorientierte Planung, Koordination und Kontrolle zu gestalten. Dies bedeutet, dass sowohl die Finanz- und Erlösperspektive, die Kundenperspektive, die Prozess- und Marketingperspektive sowie die interne Lern- und Entwicklungsperspektive zu analysieren sind, um langfristige Verbesserungen umzusetzen.

Autor/Autorin

Dipl.-Ing. (FH) Jutta Katthage, M.Eng.

Betreuung/Organisation

Prof. Dr. Wolfgang Ziegler
Dipl.-Kfm. Johann Detlev Niemann

Redaktion

Prof. Dr. Wolfgang Ziegler

Preis/Kontakt

Die Arbeit ist als PDF zum Preis von 27,00 € zuzüglich Mehrwertsteuer und Versand erhältlich. Die Bestellung erfolgt per E-Mail an K.Breulmann@hs-osnabrueck.de.