Innhold

Forord 9

DEL I INTRODUKSJON 15

Kapittel 1
Introduksjon 17
Hva er markedsføring? 18
Bedriftens orientering mot markedet 19
Markedsføring på bedriftsmarkedet 22
Kundekategorier på bedriftsmarkedet 24
Produkter på bedriftsmarkedet 27
Forskjeller mellom markedsføring på forbrukermarkedet og markedsføring på bedriftsmarkedet 28
Bokens oppbygning 30
Oppsummering 36

DEL II STRATEGIANALYSE FOR B2B-MARKEDSFØRING 39

Kapittel 2
Organisasjoners kjøpsadferd 41
Kjøpsprosessen 42
Kjøpssenteret 47
Modeller for organisasjoners kjøpsadferd 52
Betydningen av krav og kravspesifisering i kjøpsprosessen og kjøpstypemodellen 58

Den profesjonelle innkjøperen 62
Kjøpsprosessen i prosjekter 65
Kjøpsadferd i offentlig sektor 68
Oppsummering 96

Kapittel 3
Analysere B2B-transaksjoner og B2B-relasjoner: kartlegge mulige samarbeidsutfordringer 99
Samarbeid og organisering av kunde–leverandør-relasjoner 100
Dette kapittelets logikk og sammenheng med andre kapitler 105
Analyseenhet: transaksjoner og relasjoner 107
Noen antakelser om menneskelig adferd 110
Transaksjonsprosessen 114
Samarbeidsutfordringer 117
Måleutfordringer 127
Sikringsutfordringer 139
Tilpasningsutfordringer 149
Transaksjonens frekvens 158
Verktøy for å analysere og måle transaksjonskostnader 158
Oppsummering 188
Vedlegg 1: Definere transaksjonskostnader 189

Kapittel 4
Analysere problemer og problemløsing i kunderelasjoner 190
Hva er et problem, og hva består et problem av? 192
Ulike typer problemer 197
Problemløsingsprosesser 209
Hvordan formulere og løse problemer i B2B-relasjoner? 220
Utfordringer i problemløsingsprosesser 235
En modell for analyse og forståelse 245
Oppsummering 247

Kapittel 5
Analyse av eksterne rammebetingelser, markeder og segmenter 249
Eksterne rammebetingelser 250
Utforsking av markedsmuligheter 261
Etterspørselsestimering og salgsprognosering 269
Segmentering 279
Oppsummering 295

DEL III B2B-MARKEDSFØRINGSSTRATEGI OG -STRATEGIIMPLEMENTERING 299

Kapittel 6
Verdibaserte prinsipper for markedsstrategier på bedriftsmarkedet 301
Verdibegrepet i bedriftsmarkedsføring 302
Verdibegrepet, lønnsomhet og verdistrategier 310
Verdistrategier og B2B-relasjoner 321
Verdimål i en B2B-relasjon 324
Strategiutforming i B2B-bedrifter: styringsverdianalyse 326
Oppsummering 335

Kapittel 7
Produktstrategi på bedriftsmarkedet 336
Styring av markedstilbudet 338
Råvarer 341
Produktformstrategier 350
Tjenester 356
Kombinasjoner av produkter og tjenester 365
Produktutvikling og innovasjon 382
Oppsummering 399

Kapittel 8
Prisstrategi på bedriftsmarkedet 402
Prisens betydning på bedriftsmarkedet 403
Prissettingsprosessen 406
Prisstrategier 412
Metoder for å beregne pris 414
Hvordan kan man finne fram til endelig pris? 422
Prising i spesielle situasjoner 424
Oppsummering 439
Bedriftseksempler 440

Kapittel 9
Markedsstyring og relasjonsstyring 441
Organisering og styring av relasjoner 443
Markedsstyring og belønningssystemer 447
Relasjonsstyring 472
Oppsummering 501

Kapittel 10
Hierarkisk styring, hybrider og utvikling av relasjoner over tid 503
Hierarkisk styring 505
Hybride styringsformer 526
Velge mellom marked, relasjon (hybrid) og hierarki 531
Utvikling av relasjoner over tid 536
Oppsummering 542

Kapittel 11
Markedskommunikasjon på bedriftsmarkedet 544
Bedriftens overordnede kommunikasjonsstrategi 545
Messer og utstillinger 568
Omdømmebygging og bedriftens samfunnsansvar – CSR 570
Branding – merkebygging 573
Oppsummering 576
Bedriftseksempel: Corporate social responsibility 577

Kapittel 12
Salg og salgsledelse 579
Personlig salg som virkemiddel for verdiskaping 579
Salgsprosessen og selgerrollen 582
Sosiale nettverk og CRM i salgsprosessen 589
Egenskaper for B2B-selgere 598
Salgsledelse 601
Etablering og utvikling av salgsstyrken 614
Evaluering og kontroll av salgsprogrammet 621
Oppsummering 622
Bedriftseksempel 624

Kapittel 13
Markedsføringskanaler 628
Markedsføringskanalens hovedoppgaver 628
Utvikling av kanalstruktur 630
Logistikk i markedsføringskanalene 649
Logistikkens rolle i B2B-markedsføring 651
E-handel og digital markedsføring 657
Oppsummering 662

Noter 664

Stikkord 728