

Veröffentlichungen Matthias Staritz

- Nutzenorientierte Segmentierung und Segmentbearbeitung / Wie Pharmaunternehmen die Effektivität ihres Außendienstes steigern können - Eine empirische Untersuchung (2012), pharmind, Ausgabe 10/2012, mit Max Kretzer
- Successfully Cultivating Markets in Difficult Times (2012), Planung & Analyse International Market Research, März 2012, mit Björn Baumgärtner und Michael Scholl
- Commodity Differenzierung – Ein branchenübergreifender Ansatz (2011), in: Commodity Marketing, 2. Aufl. , Hrsg. Margit Enke und Anja Geigenmüller, mit Christian Homburg und Stefan Bingemer
- Zielgruppe Mittelstand als Herausforderung für Marketing und Vertrieb der ITK-Hersteller – Ergebnisse und Konsequenzen einer empirischen Erhebung (2010), Management Know-how Papier des Institut für Marktorientierte Unternehmensführung Nr. 123, mit Anna C. Hübner
- Softwarepricing, in: Preismanagement auf B2B-Märkten (2011), Hrsg. Christian Homburg und Dirk Totzek, mit Martin Klarmann und Tobias Schäfer
- Partner fürs Leben, Acquisa 5/2010 mit Denisa Nitescu
- Vertriebspartnermanagement in der ITK-Branche – Aktuelle Herausforderungen und Erfolgsfaktoren (2010), Management Know-how Papier des Institut für Marktorientierte Unternehmensführung Nr. 121 mit Denisa Nitescu
- Erfolgsfaktoren des Softwarepricing – eine Benchmarkingstudie unter deutschen Softwareherstellern (2009), Management Know-how Papier des Institut für Marktorientierte Unternehmensführung Nr. 119 mit Martin Klarmann und Tobias Schäfer
- Differenzierung: Was Produkte unverwechselbar macht (2008), Harvard Business Manager, 12/2008 mit Christian Homburg und Stefan Bingemer
- Wege aus der Commodity-Falle – Der Product Differentiation Excellence-Ansatz (2008), Management Know-how Papier des Institut für Marktorientierte Unternehmensführung Nr. 112 mit Christian Homburg und Stefan Bingemer
- Entwicklung und Implementierung von Preisstrategien für die Softwareindustrie (2008), in: Gronau, Norbert; Eggert, Sandy (Hrsg.): Beratung, Service und Vertrieb für ERP-Anbieter mit Peter Buxmann, Sonja Lehmann und Thomas Hess
- Creating Superior Customer Value and Reaping its Benefits for the Company, Dissertation Universität Mannheim 2008