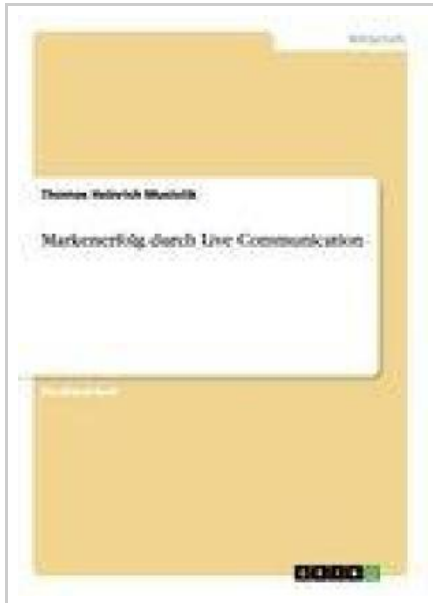




Markenerfolg durch Live Communication

By Thomas Heinrich Musiolik

GRIN Verlag Jun 2012, 2012. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 211x149x7 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Note: 1,3, FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Berlin früher Fachhochschule, Sprache: Deutsch, Abstract: Noch nie zuvor war es für die Unternehmen wichtiger, die Marke erlebbar zu machen und somit den Sprung in die Herzen und Handlungszentren der Konsumenten zu schaffen als heute. Noch nie zuvor wurde von einer Marke bzw. Markenstrategie mehr gefordert als heute. Die Zeiten in der es ausreichend war ein ansprechendes Design zu entwickeln, dabei eine Anzeige zu schalten, den passenden Fernsehspot zu produzieren sind vorbei. Es sind von allen Seiten neue Herangehensweisen und Formen der kommunikativen Ansprache gefordert. Es wurde Jahrzehnte lang angenommen, das sich ein Konsument allein aus rationalen Gründen für eine Marke entscheidet und sich somit zum Kauf entscheidet. Dank der neurowissenschaftlichen Ansätze konnten wir bereits von dieser Illusion abrücken. Die klassische Markenführung wie wir sie kannten, befindet sich im Wandel. Wir alle sind Teil einer zunehmenden erlebnisorientierten Gesellschaft. Wir wollen erleben möchten emotional angesprochen werden. Hierin liegt die große Herausforderung für die Unternehmen. Es gilt die...



READ ONLINE
[5.73 MB]

Reviews

This pdf is definitely worth getting. Better then never, though i am quite late in start reading this one. It is extremely difficult to leave it before concluding, once you begin to read the book.

-- **Jeramie Davis**

This publication may be worth purchasing. I am quite late in start reading this one, but better then never. It is extremely difficult to leave it before concluding, once you begin to read the book.

-- **Cassandra Von**