

**Springer Gabler**1.
Auflage2014, IX, 360 S. 99 Abb., 40
Abb. in Farbe.**Gedrucktes Buch**

Hardcover

Gedrucktes Buch

Hardcover

ISBN 978-3-658-00624-2

£ 64,99 | CHF 88,50 | 74,76 € |

82,24 € (A) | 79,99 € (D)

Lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Fachbuch

Betriebswirtschaftslehre : Marketing

Halfmann, Marion (Hrsg.)

Zielgruppen im Konsumentenmarketing

Segmentierungsansätze – Trends – Umsetzung

- Übersicht der aktuellsten Zielgruppenkonzepte
- Neueste Erkenntnisse zu Segmentierungsansätzen, dargestellt von Experten der jeweiligen Methode
- Umsetzungsbeispiele aus verschiedenen Branchen

Das Herausgeberwerk widmet sich in einzelnen Beiträgen den dominierenden Zielgruppenkonzepten im Konsumentenmarketing. Neben eindimensionalen und primär an beobachtbaren Merkmalen orientierten Segmentierungen (z.B. Zielgruppe „Frau“ oder „Best Ager“) werden gängige psychographische und geographische Ansätze sowie die Zukunftstrends der Zielgruppendifkussion thematisiert. Dabei kommen jeweils führende Fachvertreter zu Wort, die die jeweiligen Ansätze entscheidend mitgeprägt bzw. weiterentwickelt haben. Zur Veranschaulichung der praktischen Umsetzungsmöglichkeiten werden im letzten Teil des Buches praktische Branchen Anwendungen vorgestellt.

Bestellen Sie online unter springer.com/booksellers**Springer Nature Customer Service Center GmbH**

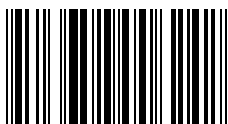
Customer Service

Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

row-booksellers@springernature.com

ISBN 978-3-658-00624-2 / BIC: KJS / SPRINGER NATURE: SC513000

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7 % für Printprodukte bzw. 19 % MwSt. für elektronische Produkte. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10 % für Printprodukte bzw. 20 % MwSt. für elektronische Produkte. Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Part of **SPRINGER NATURE**