



Springer Gabler

2.
Auflage

2., überarb. Aufl. 2017, XIX,
166 S. 26 Abb., 20 Abb. in
Farbe.

Gedrucktes Buch

Hardcover

Gedrucktes Buch

Hardcover

ISBN 978-3-658-07134-9

£ 39,99 | CHF 55,50 | 46,72 € |

51,39 € (A) | 49,99 € (D)

lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Fachbuch

Betriebswirtschaftslehre : Marketing

Thinius, Jochen, Untiedt, Jan

Events – Erlebnismarketing für alle Sinne

Mit neuronaler Markenkommunikation Lebensstile inszenieren

- Wie Sie Marken mit positiven Erlebnissen aufladen und Kunden begeistern
- Liefert Ansätze für wirkungsvolles Erlebnismarketing am Beispiel erfolgreicher Event-Marketing-Konzepte
- Zeigt die Wirkung und Auswirkung von Event-Marketing

Dieses Buch beschreibt, wie Sie Events als ganzheitliches multisensorisches Erlebnis in der Markenkommunikation einsetzen und damit neue Kundengruppen erschließen sowie bestehende beeindrucken und binden können. Als Bühne und virtueller Schauplatz für Lust, Inspiration, Überraschung und Fantasie eignen sich Erlebnisevents hervorragend für die nachhaltige Verankerung von Botschaften. Anhand von Fallstudien, wie beispielsweise Bitburger, Fanta, Campus Symposium oder Laienboxkämpfen, zeigen die Autoren konkret auf, wie Marken mit positiven Erlebnissen aufgeladen werden und welche neuronalen Wirkungen die Events bei Teilnehmern erzeugen können. Neu in der 2. Auflage: Weitere Lust-Pfade für das Gehirn sowie aktuelle Forschungsergebnisse und Betrachtungen zu Trance, Geometric-Feeling und Wahrnehmung über die bekannten Sinne hinaus. Inspirierend für Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Projektleiter sowie Mitarbeiter in Event- und Kommunikationsagenturen!

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

