



Arnd Zschiesche, Oliver Errichiello

Markensoziologie kompakt – Basics für die Praxis

Eine Kurzanleitung für die erfolgreiche Markenführung

Reihe: essentials

- Ein neuer Band aus der Serie Springer Essentials
- Eine Einführung in die Markensoziologie
- Alles Wissenswerte kompakt zusammengefasst

Arnd Zschiesche und Oliver Errichiello verdeutlichen mit dieser Einführung in die Markensoziologie, welche sozialen Dynamiken für den Erfolg von Marken ausschlaggebend sind. Denn Markenkraft ist immer das Resultat einer langen Kette verlässlicher Leistungen, die sich zu einem positiven Vorurteil verdichten. Die Autoren beschreiben die sozialen Gesetzmäßigkeiten der Kundschaftsbildung im Umfeld eines unternehmerischen Angebots. Erst mit diesem Wissen können Marken gezielt aufgebaut und gestärkt werden – unabhängig von Managementmoden und Trends.

2015, VIII, 47 S. 3 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 14,99 € (D) | 15,41 € (A) | CHF
17,00

eBook

[2] 4,99 € (D) | 4,99 € (A) | CHF 5,50

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

