



1. Aufl. 2017, XXIII, 241 S. 4 Abb.

Gedrucktes Buch

Hardcover

[1] 54,99 € (D) | 56,53 € (A) | CHF
61,00

eBook

[2] 42,99 € (D) | 42,99 € (A) | CHF
48,50

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Alexander Deichsel, Oliver Errichiello, Arnd Zschiesche

Grundlagen der Markensoziologie

Die sozialen Prinzipien von Markenbildung und -führung in Theorie und Praxis

- Vermittelt die Grundlagen der Markensoziologie in Theorie und Praxis
- Zeigt die sozialen Prinzipien von Markenbildung und -führung auf
- Macht deutlich, wie Vertrauen in (Marken-) Leistungen entsteht und verstärkt werden kann

Dieses Buch vermittelt umfassendes Wissen zu den sozialen Dynamiken und Prinzipien, die beim Markenaufbau und in der erfolgreichen Markenführung wirken. In Theorie und Praxis wird beschrieben, welche soziologischen Faktoren Marken dauerhaft attraktiv machen und stetig wachsen lassen. Diese universellen Gesetzmäßigkeiten haben im Zeitalter digitaler Medien genauso Bestand wie vor Hunderten von Jahren, sie gelten für klassische Industrieprodukte ebenso wie für Dienstleistungen, im B2B- wie auch im B2C-Bereich, in KMU wie auch in globalen Konzernen. Die Autoren zeigen: Marke ist ein soziales Phänomen, das betriebswirtschaftliche Auswirkungen hat – umgekehrt funktioniert es nicht. Erst über dieses Verständnis von Marke kann ihre Wahrnehmung gezielt gelenkt und die Wertschöpfung im Markt langfristig erhöht werden. Erfahren Sie, wie Vertrauen in Leistungen entsteht und gezielt verstärkt wird!

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

