



Springer Gabler

1.
Auflage

1. Aufl. 2018, XVI, 353 S.
138 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

Gedrucktes Buch

Softcover

ISBN 978-3-658-21449-4

£ 37,99 | CHF 50,00 | 42,05 € |

46,25 € (A) | 44,99 € (D)

lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Fachbuch

Betriebswirtschaftslehre : Branding

von Gizycki, Vittoria, Elias, Carola Anna (Hrsg.)

Omnichannel Branding

Digitalisierung als Basis erlebnis- und beziehungsorientierter Markenführung

- 360-Grad-Betrachtung der Schlüsselaspekte moderner Markenführung
- Anregungen, Konzepte und Praxisbeispiele, wie Entscheider wieder Kontrolle über ihre Markenbotschaften bekommen
- Neuer Marketing-Fokus gegen die Zerrissenheit zwischen unberechenbaren Kunden, Touchpoint-Overkill, Big-Data-Wahn und IT-Abhängigkeit

Blankpolierte Markenbotschaften will heute keiner mehr sehen – sie wirken künstlich, standardisiert und verfehlen meist die Bedürfnisse der Kunden. Nur wer in der Lage ist, Daten und Inhalte individuell für den Kunden sinnvoll zu verknüpfen und echte Beziehungen aufzubauen, hat die Chance, zur Love Brand zu werden. Unternehmen stehen deshalb vor der Herausforderung, den Spagat zwischen IT, Customer-Service, Sales und F&E zu meistern und ein sinnhaftes Markenerlebnis zu schaffen. Mit einer 360-Grad-Perspektive aus der Sicht von Unternehmen, Agenturen, Kunden und Wissenschaft zeigt dieses Buch, wie Erlebnispakete – individuell auf den einzelnen User zugeschnitten – über verschiedene Kanäle in Echtzeit kommuniziert werden können. Die Konzepte und Praxisbeispiele machen deutlich, wie Entscheider der Zerrissenheit zwischen unberechenbaren Kunden, Touchpoint-Overkill und Big-Data-Wahn einen klaren Handlungsfokus entgegensetzen können.

Bestellen Sie online unter springer.com/booksellers

Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

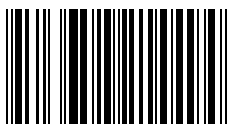
Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

row-booksellers@springernature.com



ISBN 978-3-658-21449-4 / BIC: KJS / SPRINGER NATURE: SC513070

€ (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.