



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

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 44,99 € (D) | 46,25 € (A) | CHF 50,00

eBook

[2] 34,99 € (D) | 34,99 € (A) | CHF 40,00

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Vittoria von Gizycki, Carola Anna Elias (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.

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

