

(Free download) Die Integration des Internets im Eventmarketing: Ein Brückenschlag zwischen realen und virtuellen Erlebniswelten

Die Integration des Internets im Eventmarketing: Ein Brückenschlag zwischen realen und virtuellen Erlebniswelten

Von Cornelia Koglbauer

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #4893466 in BcherVerffentlicht am: 2008-12-10Abmessungen: 8.66 x .53b x 5.911, Einband: Taschenbuch232 Seiten | File size: 57.Mb

Von Cornelia Koglbauer : Die Integration des Internets im Eventmarketing: Ein Brückenschlag zwischen realen und virtuellen Erlebniswelten before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Die Integration des Internets im Eventmarketing: Ein Brückenschlag zwischen realen und virtuellen Erlebniswelten:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eines

der wenigen Werke zu diesem Thema...sehr fundiert und absolut lesenswert Von Nina Ich habe sehr lange nach einer Arbeit zu diesem Thema gesucht und war sehr froh, als ich dieses Buch entdeckt habe. Die Autorin stellt die beiden Instrumente Eventmarketing und Internet anschaulich dar und verknüpft diese auf innovative Weise. Wichtig dabei ist die Erlebniskomponente, welche nahezu der Schlüsselfaktor für Erfolg oder Scheitern von Events - real oder virtuell - zu sein scheint. In Zeiten, in denen sich das Leben oft immer mehr in virtuelle Welten verlagert, unterstreicht die Arbeit, dass der persönliche Kontakt vor allem in Kundenbeziehungen unerlässlich ist und auch in Zukunft bleiben wird - egal wohin sich Internet Co auch weiterentwickeln mögen. Gleichzeitig zeigt die Autorin interessante Synergien beider Tools auf. Sie kratzt dabei nicht nur an der Oberfläche sondern liefert ein sehr fundiertes und gut recherchiertes Werk. Die Arbeit lässt keine Fragen offen und besitzt trotz dessen, dass sie bereits 2001 erstmals erschienen ist erstaunliche Aktualität.

Kurzbeschreibung In einer Konomie, in der Aufmerksamkeit eine knappe Ressource ist, ist der Aufbau einer dauerhaften und emotional verankerten Kundenbindung zur zentralen Aufgabe des Marketings geworden. Eventmarketing arbeitet mit der dreidimensionalen Inszenierung von Markenbotschaften, während das Internet eine individuelle Ansprache von Zielgruppen im zweidimensionalen Raum forciert. Inwieweit kann ein Brückenschlag zwischen realen und virtuellen Erlebniswelten geschaffen werden? Welche Chancen ergeben sich heute und was bringt die Zukunft? Wo sind die Grenzen einer wirkungsvollen Kombination beider Marketing-Methoden? Die Autorin Cornelia Koglbauer gibt einen umfassenden Überblick über die Instrumente Eventmarketing und Internet und beleuchtet in weiterer Folge innovative sowie bewährte Synergien beider Marketingtools. Die Aussagen werden durch Ergebnisse einer qualitativen Befragung untermauert, welche speziell auf Österreich eingeht. Die Arbeit erschien erstmals 2001 an der Fachhochschule Krems und richtet sich an Marketingverantwortliche und interessierte Mitarbeiter aller Branchen, sowie an Entscheidungsträger und Projektverantwortliche von Marketingagenturen. **ber den Autor und weitere Mitwirkende** Mag.(FH) Cornelia Koglbauer: Die Marketingexpertin studierte Tourismusmanagement Freizeitwirtschaft an der Fachhochschule Krems (Österreich). Sie war früher internationale Hotelketten wie Intercontinental (Mexiko) und Hilton (London), sowie im Marketing und Eventmanagement in den Branchen Gesundheit, Wellness, Soziales und Tourismus tätig.