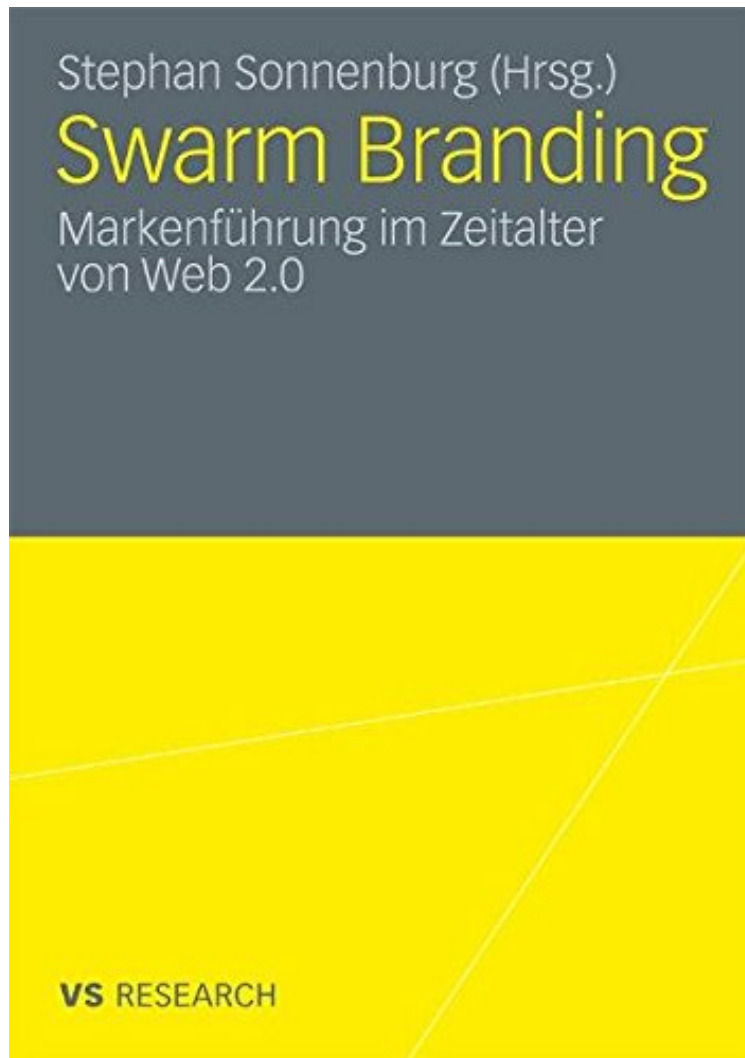


(Free and download) Swarm Branding: Markenführung im Zeitalter von Web 2.0

Swarm Branding: Markenführung im Zeitalter von Web 2.0

Von VS Verlag fr Sozialwissenschaften
ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD 

+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #2869645 in BcherVerffentlicht am: 2009-07-15Erscheinungsdatum: 2009-07-15Abmessungen: 8.27 x .31b x 5.83l, .38 Pfund Einband: Taschenbuch136 Seiten | File size: 16.Mb

Von VS Verlag fr Sozialwissenschaften : Swarm Branding: Markenführung im Zeitalter von Web 2.0 before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Swarm Branding: Markenführung im Zeitalter von Web 2.0:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. SchwachVon Thomas HVon einem Band des VS-Verlags habe ich eine informierte, differenzierte, in sich schlssige und sprachlichkorrekte Einfhrung in das Thema erwartet. Satt dessen ist schon der einleitende Artikel von Burgold/Sonnenburg/Vo inhaltlich und sprachlich eine Zumutung.berraschende Verallgemeinerungen ("durch die Einbindung von Markenliebhabern entstehen nicht nur bessere Produktlsungen"), das Ausbreiten von Allgemeinplätzen ("Internetisierung (...) fhrt zu einer "radikalen Verschiebung in der Kommunikationskultur") und verunglckte Stze

("zerfasern eine bis dato stabile und monokanalige Kommunikationsvertikalität zugunsten einer omnikanaligen und reziproken Kommunikationsplattform mit beachtlicher Horizontalität") haben dazu geführt, dass ich dieses Buch ganz schnell wieder verkauft habe. 3 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr gut
Von Kathrin Friedrich
Ich habe mir das Buch zur Vorbereitung meiner mdl. Prüfung zum Thema Markenführung im Internet gekauft. Das Buch gibt gute Einblicke, inwiefern Nutzer die Produktinnovation und Markenkommunikation mitgestalten kann und trägt den Veränderungen der Gesellschaft und der Kommunikation Rechnung, weg von der Massenkommunikation, hin zum Dialog. Es beschreibt, wie Unternehmen sich diese neue Strukturen zu Nutzen machen können, um auf Augenhöhe mit dem Konsumenten im Dialog die Anforderungen und das Image der Marke mitzugestalten.

Werbetext
Markenführung im Zeitalter von Web 2.0
Kurzbeschreibung
Markenführung im Zeitalter von Web 2.0
The geography of banking has changed dramatically in recent years, under the combined effect of new information technology, deregulation and international integration. This book examines this process and its effects on the provision of credit.
Buchrückseite
Das Phänomen Web 2.0 wird immer mehr zu einem erfolgsentscheidenden Faktor für das Markenmanagement. Web 2.0 verändert maßgeblich das Verständnis, die Gestaltung und Kommunikation von Marken. Gerade durch die neuen technischen Möglichkeiten begegnen die Konsumenten den Unternehmen zum ersten Mal wirklich auf Augenhöhe. Sie fordern immer mehr den gleichberechtigten Markendialog. Die Autoren setzen sich mit der Frage auseinander, wie Konsumenten sinnvoll in die Markenführung involviert werden können. Basierend auf theoretischen Überlegungen werden praxisrelevante Modelle vorgestellt, die für die Markengestaltung und -kommunikation hilfreich sein können. Anhand von Fallbeispielen wird aufgezeigt, wie sich Marken unter den Bedingungen von Web 2.0 positiv entwickeln. Das Buch wendet sich an Dozierende und Studierende der Sozialwissenschaften und Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing und Werbung. Mitarbeiter im Marketing und in Werbeagenturen erhalten wertvolle Anregungen für das Markenmanagement.