



Rückwirkungen von Markentransfers auf die Muttermarke

Messmethoden und empirische Befunde

Ladenpreis: 87,37EUR

ISBN: 978-3-8350-0489-4

Auflage: 2006

Verlag: Deutscher Universitätsverlag

Erscheinungsdatum: 26.09.2006

Autoren: Kaufmann Gwen

Begründer: Sattler Prof. Dr. Henrik

Reihe: Marken- und Produktmanagement

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexis.at/rueckwirkungen-von-markentransfers-auf-die-muttermarke-9783835004894.html>

Details

In der Unternehmenspraxis werden bei der Einführung neuer Produkte immer häufiger im Markt bereits etablierte Markennamen eingesetzt. Solche Markentransfers beeinflussen die Wahrnehmung der Ursprungsmarke: Sie können die Muttermarke stärken oder revitalisieren, sie können aber auch negative Folgen haben. Diesen Rückwirkungen ist besondere Aufmerksamkeit zu schenken, um ungewollte Effekte zu vermeiden.

Gwen Kaufmann stellt den Stand der empirischen Forschung dar und vergleicht zahlreiche qualitative und quantitative Methoden zur Messung der Rückwirkungen von Markentransfers. Ergänzend zu bisherigen Ansätzen nutzt sie u.a. erstmals Multidimensionale Skalierung, Fokusgruppen und eine breite Fallstudienrecherche zur Ermittlung von Rückwirkungen. In einem Online-Feldexperiment bestimmt sie die Rückwirkungen realer Markentransfers aus den Bereichen kurzlebiger Konsumgüter und Medien auf das Image der Muttermarken. Die Ergebnisse ihrer Regressions-, Latent-Class- und Kausal-Analysen ermöglichen eine konkrete Überprüfung potenzieller Rückwirkungen eines geplanten Markentransfers, um ungewollte Veränderungen zu vermeiden.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



Upselling, Cross-Selling-Zusatzverkauf
Ladenpreis: 24,97EUR



Research on Islamic Business Concepts
Ladenpreis: 219,99EUR



Digital Economy and the Green Revolution
Ladenpreis: 219,99EUR



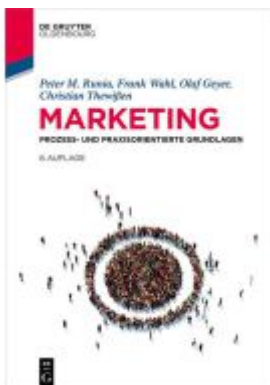
Nostalgia Marketing
Ladenpreis: 49,49EUR



Business in Africa in the Era of Digital
Technology
Ladenpreis: 186,99EUR

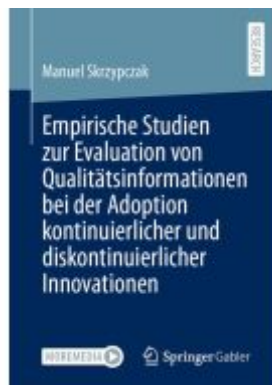


Prüfungsorientierte Aufgabensammlung
"Marketing- und Kundenmanagement"
Ladenpreis: 20,50EUR



Marketing

Ladenpreis: 34,95EUR



Empirische Studien zur Evaluation von
Qualitätsinformationen bei der Adoption
kontinuierlicher und diskontinuierlicher
Innovationen

Ladenpreis: 77,09EUR



Milliardengrab Technischer Vertrieb?

Ladenpreis: 32,90EUR



Proceedings of the 4th Asia Pacific
Management Research Conference
(APMRC 2022)

Ladenpreis: 43,99EUR