



Wertebasierte Markenführung

Marken und Markenpersönlichkeiten am Puls der Konsumenten führen

Ladenpreis: 49,90EUR

ISBN: 978-3-936182-11-8

Auflage: 1., Aufl.

Verlag: New Business

Erscheinungsdatum: 01.10.2007

Autoren: Duncker Christian

Reihe: new business Edition

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexis.at/wertebasierte-markenfuehrung-9783936182118.html>

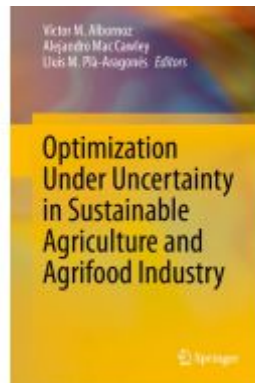
Details

Markenkommunikation transportiert Wertorientierung. Der Autor Dr. Christian Duncker widmet sich der Frage, mit welchen gesellschaftlichen Werten eine Marke idealerweise am Markt positioniert werden kann. Das vom Autor entwickelte „Marken-Wertebarmeter“ zeigt die Werteprofile einer Marke, die Nischen-Identifizierung für die Einführung neuer und die Markenvitalisierung für etablierte Marken. Auf 210 Seiten in acht Kapiteln geht es weiter um Themen wie Kernwerte der Markenführung, Ende des Billig-Zeitalters, und die Hierarchie der Werte.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



Electronic Sports Industry in China
Ladenpreis: 131,99EUR



Optimization Under Uncertainty in Sustainable Agriculture and Agrifood Industry
Ladenpreis: 164,99EUR



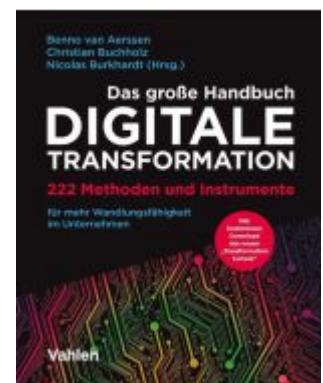
Hört auf zu coachen!
Ladenpreis: 27,70EUR



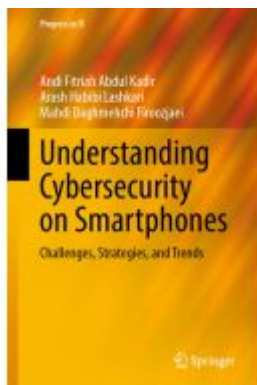
Managementkompetenzen der Gegenwart und Zukunft
Ladenpreis: 46,25EUR



Hochzeitsmarketing als ethnisch spezifisches Eventmarketing
Ladenpreis: 66,81EUR



Das große Handbuch Digitale Transformation
Ladenpreis: 81,30EUR



Understanding Cybersecurity on Smartphones
Ladenpreis: 54,99EUR



Innovation and Regional Technological Convergence
Ladenpreis: 32,99EUR



Model Predictive Control
Ladenpreis: 186,99EUR



Die Kunst des strategischen Denkens
Ladenpreis: 26,90EUR