



Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung)



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung)

Andreas Strebinger

Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) Andreas Strebinger

 [Download Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und ...pdf](#)

 [Online lesen Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- u ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) Andreas Strebinger

581 Seiten

Kurzbeschreibung

Andreas Strebinger beschäftigt sich mit dem Problem der Markenarchitekturgestaltung über eine Vielzahl von Produkten und Zielgruppen hinweg. Außerdem widmet er sich der internationalen Markenarchitekturstrategie. Zahlreiche Fallstudien aus aller Welt illustrieren die aus wissenschaftlichen Studien und praktischen Erfahrungen gewonnenen Kernaussagen des Autors. Der Verlag über das Buch Viele Unternehmen sehen sich immer breiteren Produkt-, Zielgruppen- und Länderportfolios gegenüber. Und oft auch immer mehr Marken. Aber wie viele Marken benötigt ein Unternehmen wirklich? Ist eine Dachmarke über alle Produkte bzw. eine weltweite Einheitsmarke das Erfolgsrezept? Oder zahlt es sich aus, auf einzelne Märkte mit mehr oder weniger eigenständigen Marken einzugehen? Mit einer umfassenden Bestandsaufnahme der internationalen Forschung und zahlreichen Fallstudien aus aller Welt zeigt das Buch fundiert die markt- und kostenseitigen Vor- bzw. Nachteile der Strategien sowie deren "Nebenwirkungen" auf Unternehmenskultur und Kapitalmärkten auf. Buchrückseite

Viele Verantwortliche sehen sich in ihrem Unternehmen immer breiteren Produkt-, Zielgruppen- und Länderportfolios gegenüber. Und oft auch immer mehr Marken. Aber wieviele Marken benötigt ein Unternehmen wirklich? Ist eine Dachmarke über alle Produkte bzw. eine weltweite Einheitsmarke das Erfolgsrezept? Oder zahlt es sich aus, auf einzelne Märkte mit isolierten Marken oder relativ eigenständigen Submarken einzugehen?

Andreas Strebinger geht diesen Fragen auf Basis einer umfassenden Bestandsaufnahme der internationalen Forschung und eigener Studien in fundierter Weise nach. Er zeigt Lösungsansätze abseits von ungesteuertem Markenwildwuchs einerseits und markenwertvernichtendem Standardisierungswahn andererseits auf. Dafür werden sowohl markt- als auch kostenseitige und unternehmensinterne Wirkungen der Strategiealternativen analysiert. Im ersten Hauptteil beschäftigt sich der Autor mit dem Problem der Markenarchitekturgestaltung über eine Vielzahl von Produkten und Zielgruppen hinweg. Im zweiten Hauptteil widmet er sich der internationalen Markenarchitekturstrategie. Zahlreiche Fallstudien aus aller Welt illustrieren die aus wissenschaftlichen Studien und praktischen Erfahrungen gewonnenen Kernaussagen des Autors.

Download and Read Online Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) Andreas Strebinger #A1H4TUF8IQS

Lesen Sie Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger für online ebook
Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger
Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen
Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger
Bücher online zu lesen. Online Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger
ebook PDF herunterladen
Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger
Doc
Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger
Mobipocket
Markenarchitektur: Strategien zwischen Einzel- und Dachmarke sowie lokaler und globaler Marke (Werbe- und Markenforschung) von Andreas Strebinger
EPub