



Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung



Download



Online Lesen

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

Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung

Stephan Mertens

Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung Stephan Mertens

 [Download Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische un ...pdf](#)

 [Online lesen Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung Stephan Mertens

112 Seiten

Kurzbeschreibung

Inhaltlich unveränderte Neuauflage. Durch ein Zusammenspiel aus Wertewandel, stetig steigenden Lebenshaltungskosten und politischer Unsicherheit wurde ein Konsumententypus kreiert, der dem Überflussangebot selbstbewusst entgegentritt. In diesem Verständnis sind es insbesondere Luxusgüter, die sinnliche Erlebniswelten schaffen, Emotionen ansprechen sowie Träume konkretisieren. Die Verbraucher sehnen sich gerade in Zeiten andauernden Preiskampfes und der Überschwemmung mit Billigangeboten nach Emotion und Mehrwert. Diese Aspekte sind es, die eine Emotionalisierung von Luxusmarken notwendig machen, damit diese langfristig den Verbrauchern ein einzigartiges Nutzenversprechen bieten können. In diesem Kontext ist festzustellen, dass Markenmanager in den letzten Jahren ihre Bemühungen vermehrt dahingehend ausgerichtet haben, Emotionen und Gefühle im Rahmen der Kommunikationspolitik zu vermitteln. Die Problematik besteht allerdings darin, einen angemessenen und adäquaten emotionstheoretischen Ansatz zur Emotionalisierung von Luxusmarken zu generieren. Daher ist es erforderlich, einen themenrelevanten Bezugspunkt des Terminus Emotion zu erarbeiten, um somit eine zielgerichtete Emotionalisierung von Luxusmarken sicherzustellen. Gegenstand dieser Arbeit ist es, strategische und operative Ansatzpunkte aufzuzeigen, um einen gezielten Einsatz von Emotionen im Luxusgütermarkt zu gewährleisten. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Studierte Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftspsychologie an der Universität Bremen. Der Autor verfügt über mehrjährige Projekterfahrung mit führenden Markenartiklern der FMCG Branche.

Download and Read Online Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung Stephan Mertens #OJQVWFB729T

Lesen Sie Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens für online ebook Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens 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 Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens Bücher online zu lesen. Online Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens ebook PDF herunterladen Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens Doc Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens Mobipocket Emotionalisierung von Luxusmarken: Strategische und operative Ansatzpunkte im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung von Stephan Mertens EPub