



DOWNLOAD



Marktforschung - Neuromarketing zur Erklärung des Markenwahlverhaltens

By Nadine Barth

GRIN Verlag Mai 2012, 2012. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 211x146x7 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Bachelorarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Sprache: Deutsch, Abstract: Einleitung Sie alle wollen unsere Aufmerksamkeit: Marken. Täglich müssen sich Konsumenten mit einer Flut an Werbung und damit einer ständig wachsenden Markenvielfalt auseinander setzen. Die Mehrzahl an Unternehmen ist innovativ, mutig und stark was das Aufstellen ihrer Marken auf den Märkten anbelangt. Vor allem wollen immer mehr Unternehmen mit ihren Marken emotional Zeichen setzen. Denn nach bestehenden Erkenntnissen sind Emotionen der zentrale Schlüssel für den Erfolg von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen. Die noch sehr junge Disziplin im Marketing Neuromarketing, soll hierbei durch bildgebende Verfahren die Wirkung von Werbung und Marken innerhalb des menschlichen Gehirns messbar machen. Durch die Anwendung neurowissenschaftlicher Methoden wird damit ein näherer Einblick gewährt, welche Informationen in das Bewusstsein gelangen und welche das Gehirn direkt entsorgt. So können bisherige klassische, betriebswirtschaftliche Verfahren zur Beurteilung des Kaufverhaltens durch neurowissenschaftliche Erkenntnisse ergänzt werden. Bisher konnte die Wirksamkeit von Marken zum einen durch Umsatzzahlen und zum anderen durch die herkömmliche Markt- und Sozialforschung...



READ ONLINE

[6.98 MB]

Reviews

If you need to adding benefit, a must buy book. It can be loaded with wisdom and knowledge I discovered this ebook from my dad and i encouraged this pdf to discover.

-- **Darrin Kutch**

The best publication i ever study. It is really basic but unexpected situations within the fifty percent of your publication. Your lifestyle period is going to be enhance as soon as you total reading this article publication.

-- **Ashton Kassulke**