

(Free download) Interaktives Marketing: Neue Wege zum Dialog mit Kunden

# Interaktives Marketing: Neue Wege zum Dialog mit Kunden

Von Gabler Verlag

\*Download PDF / ePub / DOC / audiobook / ebooks



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1512148 in BcherVerffentlicht am: 2008-07-28Abmessungen: 9.61 x 1.25b x 6.69l, .0 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe548 Seiten | File size: 19.Mb

**Von Gabler Verlag : Interaktives Marketing: Neue Wege zum Dialog mit Kunden** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Interaktives Marketing: Neue Wege zum Dialog mit Kunden:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Interaktives Marketing - Auf neuen Wegen zum KundenerfolgVon Ralf T. KreutzerFr viele Unternehmen stellt es nach wie vor ein Stck terra incognita dar, welche erfolgversprechenden Wege zum Dialog mit dem Kunden eingeschlagen werden sollten. Von welchen Zielen sollte sich das Unternehmen leiten lassen? Welche Konzepte sind besonders erfolgversprechend? Welche Instrumente bieten sich an - und wie lsst sich deren Wirkung kontrollen?

Welche Budgets sind dafür erforderlich? Und wie kann sichergestellt werden, dass ein Unternehmen mit dem Einstieg in den Kundendialog nicht die Bchse der Pandora ffnet? Viele Frage, auf die der Reader von Belz/Schgel/Arndt/Walther durch eine professionell ausgewhlten Autorenkreis zentrale Antworten liefert. In vielen, berwiegend gut lesbaren und nicht zu umfangreichen Beitrgen werden die o.g. Fragestellungen kompetent und zielfhrend bearbeitet. Eine Leseempfehlung fr alle, die im Dialog mit den Kunden Erfolge erzielen mchten.

Pressestimmen "Ein umfassendes Fachbuch mit aktuellen Ergebnissen aus der Forschung und anschaulichen Beispielen fr die Praxis." DIREKT+ - Das Leadmagazin der Deutschen Post fr Entscheider im Dialogmarketing, 1-2009 "Der umfangreiche Sammelband bietet einen guten berblick ber die drngenden Fragen im Marketing. Dabei werden die Details nicht vergessen. Gut ist die Praxisnhe, die Artikel beschreiben Beispiele aus unterschiedlichen Branchen. Es wird deutlich, was CRM in Zeiten des Web 2.0 und selbstbewusster Kunden bedeutet und wie Unternehmen Kunden erfolgreich langfristig an sich binden." *acquisa update - Digitales Marketing 2009 (Beilage in Ausgabe 6-2009)* "Welche Mglichkeiten das Internet fr den Dialog oder das Kundenbeziehungsmanagement bieten, versuchen die Autoren hier ebenso auszuloten wie seine Grenzen. [...] Praktische Beispiele aus verschiedenen Branchen helfen, dem virtuellen Horizont um einiges nher zu kommen." *Betriebswirtschaftliche Bltter*, 06/2009 "Das Autorenteam setzt sich aus anerkannten Forschern und erfahrenen Praktikern zusammen; damit richtet sich das Werk gleichermaen an Marketingspraktiker wie an wissenschaftlich motivierte Leser und wird so zu einem echten Kompendium des Interaktiven Marketing." *Marketing St. Gallen*, 02/2009 "Dieses Fachbuch bietet wissenschaftlich fundierte Anregungen und neue Ansatzpunkte fr Marketingprofis und kann bei der Bewertung der Relevanz neuer Online-Marketingkanle hilfreich sein." *AUMA\_Compact - Der Infodienst fr die Messewirtschaft*, 02.10.2008 "Eine interessante Auswahl von Beitrgen zur Orientierung im interaktiven Marketing." *SBZ - Sanitr-, Heizungs-, Klima- und Klempnertechnik*, 17/2008 "Ist das Internet der Debattierclub der Ahnungslosen? Ist Marketing das, was Kunden verschwiegen werden soll? [...] Christian Belz provoziert. In seinem Beitrag 'Mrkte sind Gesprche' macht der St. Galler Marketing-Professor den Menschen deshalb 'das vielleicht kostbarste 'Geschenk': Zuhren. Zuhren

aRezension "Dieses Fachbuch bietet wissenschaftlich fundierte Anregungen und neue Ansatzpunkte fr Marketingprofis und kann bei der Bewertung der Relevanz neuer Online-Marketingkanle hilfreich sein." *Rezension* "Das Autorenteam setzt sich aus anerkannten Forschern und erfahrenen Praktikern zusammen; damit richtet sich das Werk gleichermaen an Marketingspraktiker wie an wissenschaftlich motivierte Leser und wird so zu einem echten Kompendium des Interaktiven Marketing."