

(Free and download) Social Media als Bestandteil des Online-Marketing-Mix: Eine Untersuchung am Beispiel zweier Monolabel-Online-Stores

Social Media als Bestandteil des Online-Marketing-Mix: Eine Untersuchung am Beispiel zweier Monolabel-Online-Stores

Von Anne Behrens

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub

ANNE BEHRENS

Social Media als Bestandteil des Online-Marketing-Mix

Eine Untersuchung
am Beispiel zweier
Monolabel-Online-Stores



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #3906916 in BcherVerffentlicht am: 2010-09-03Einband:
Taschenbuch148 Seiten | File size: 66.Mb

Von Anne Behrens : Social Media als Bestandteil des Online-Marketing-Mix: Eine Untersuchung am Beispiel zweier Monolabel-Online-Stores before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media als Bestandteil des Online-Marketing-Mix: Eine Untersuchung am Beispiel zweier Monolabel-Online-Stores:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr empfehlenswertVon Anne BehrensDas Buch stellt zunchst die gngigen Theorien und Meinungen vor und analysiert

diese kritisch. Im Weiteren wird anhand zweier Modelabels untersucht, inwieweit die Social-Media-Instrumente Facebook und Blogging relevant sind. Bei den Modelabels handelt es sich um die Lifestyle- und Segelmarke Gaastra und den DOB-Spezialisten Olsen. Die Ergebnisse werden statistisch untersucht, um so zu einem fundierten Ergebnis zu kommen. Sehr lesenswert und praxisnah!

Kurzbeschreibung There go the people, I must follow them, for I am their leader. Alexandre Ledru-Rollin Das Internet hat die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren und wie Unternehmen mit potenziellen Kunden interagieren können, grundlegend verändert. Früher konnten Marken nur durch aufwendige und teure Werbung ihre avisierte Zielgruppe erreichen. Heute jedoch besteht durch das Internet die Chance mit 1,7 Milliarden Menschen weltweit in Interaktion zu treten. Wo immer eine Internetverbindung existiert, sind die Menschen involviert. Social Media (oder auch Soziale Medien) heit das Schlagwort, das heute die Art bestimmt, wie die Menschen das Internet nutzen. Die Relevanz von Social Media soll aufzeigen, dass Marketing auf Social Media Plattformen zum Erfolg für Unternehmen führt und in Zukunft als integrativer Bestandteil zum Online Marketing-Mix hinzugezählt werden muss. Die Untersuchung wird anhand zweier Monolabel Online-Stores aus der Modebranche praktisch durchgeführt.ber den Autor und weitere Mitwirkende Anne Behrens (geb. 1982 in Hamburg). Ausbildung zur Verlagskauffrau, Studium an der Akademie Mode Design (B.A.) im Fachbereich Mode- und Design Management. Arbeitet als E-Commerce Managerin.