

Marketing 2.0: Wie das Internet die Kommunikation zwischen Produzenten und Konsumenten verändert



Filesize: 4.52 MB

Reviews

This pdf is so gripping and intriguing. I could comprehend almost everything using this composed ebook. You are going to like just how the article writer create this ebook.
(Miss Dakota Zulauf)

MARKETING 2.0: WIE DAS INTERNET DIE KOMMUNIKATION ZWISCHEN PRODUZENTEN UND KONSUMENTEN VERÄNDERT



To read **Marketing 2.0: Wie das Internet die Kommunikation zwischen Produzenten und Konsumenten verändert** eBook, remember to refer to the link under and download the document or get access to additional information that are in conjunction with **MARKETING 2.0: WIE DAS INTERNET DIE KOMMUNIKATION ZWISCHEN PRODUZENTEN UND KONSUMENTEN VERÄNDERT** ebook.

GRIN Verlag Mrz 2008, 2008. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 297x210x11 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Bachelorarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Multimedia, Internet, neue Technologien, Note: 1,0, Hochschule Mittweida (FH), 147 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Märkte werden wieder zu Gesprächen. Mit dem Web 2.0 werden die Dialoge auf dem Marktplatz aus dem 19. Jahrhundert nach über 150 Jahren global. Der einseitige Produzenten-Konsumenten-Kanal der Massenmedien wird wieder aufgebrochen und durch vielzählige Interaktionsmöglichkeiten ergänzt. Diese Arbeit zeigt, welche Instrumente und Möglichkeiten ein Produzent hat, sich auf Augenhöhe mit seinen Konsumenten zu unterhalten und zu interagieren. Mit vielen praxisnahen Beispielen werden Anregungen gegeben, wie sich interaktive Mitmach-Elemente in den kompletten Marketing-Mix integrieren lassen. Die Grenzen zwischen Produzenten und Konsumenten verschwimmen. Der Konsument bekommt mit dem Web 2.0 erstmals Werkzeuge in die Hand, selbständig auf dem globalen Markt über den Produzenten zu sprechen, sich mit anderen zu vernetzen und interaktiv Inhalte zu generieren. Jeder kann Meinungen über Produkte und Marken einfach veröffentlichen und einer breiten Masse zugänglich machen. Mit der Bezeichnung Marketing 2.0 möchte diese Arbeit verdeutlichen, dass auf Grund des Nutzungsverhaltens im Web 2.0 völlig neuartige Marketingformen entstehen. Marketing 2.0 geht mit einer Öffnung der Marketingprozesse einher. Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt vor allem auf den Kommunikationsmaßnahmen. Der Kunde wird nicht mehr mit Werbebotschaften erdrückt, sondern durch Begeisterung und Einbeziehung an ein Produkt oder eine Marke gebunden. Es werden neue Marketingformen wie Open Source Marketing, User Generated Advertising, Crowdsourcing und Open Innovation vorgestellt. Am Beispiel von ausgewählten Filmen wird gezeigt, wie diese Methoden in der Praxis angewendet werden können. Ziel ist es einen Überblick und zugleich Ausblick auf die Veränderungen des Marketings durch das Web 2.0 zu geben. 164 pp. Deutsch.



Read Marketing 2.0: Wie das Internet die Kommunikation zwischen Produzenten und Konsumenten verändert Online



Download PDF Marketing 2.0: Wie das Internet die Kommunikation zwischen Produzenten und Konsumenten verändert

Relevant eBooks



[PDF] Psychologisches Testverfahren

Click the web link below to download and read "Psychologisches Testverfahren" file.

[Download PDF »](#)



[PDF] Programming in D

Click the web link below to download and read "Programming in D" file.

[Download PDF »](#)



[PDF] Have You Locked the Castle Gate?

Click the web link below to download and read "Have You Locked the Castle Gate?" file.

[Download PDF »](#)



[PDF] Yearbook Volume 15

Click the web link below to download and read "Yearbook Volume 15" file.

[Download PDF »](#)



[PDF] Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs

Click the web link below to download and read "Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs" file.

[Download PDF »](#)



[PDF] The Java Tutorial (3rd Edition)

Click the web link below to download and read "The Java Tutorial (3rd Edition)" file.

[Download PDF »](#)