

(Download) Werbung für den Einzelhandel (Praxis im Handel)

## Werbung für den Einzelhandel (Praxis im Handel)

Von Rolf W. Knaack

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



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #2541394 in BcherVerffentlicht am: 2006-12-01Abmessungen: 9.76 x 2.36b x 7.09l, Einband: Gebundene Ausgabe1044 Seiten | File size: 36.Mb

**Von Rolf W. Knaack : Werbung für den Einzelhandel (Praxis im Handel)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Werbung für den Einzelhandel (Praxis im Handel):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. sehr gutes BuchVon carmen fischerDas Buch ist sehr informativ und man liest es gerne!es ist nicht langweilig oder sonstiges, man kann sehr viel daraus lernen!ich habe es an einen einzelhndler verschenkt und dieser hat mir diese

positive kritik genannt!deswegen mchte ich sie hier nieder schreiben!viele liebe gre und viel spa beim lesen!

PressestimmenWerbung begleitet unseren Alltag: ob beim Frhstck in der Tageszeitung, auf dem Weg ins Bro auf Plakaten oder abends im Privatfernsehen. Werbung informiert, erfreut kann auch negativ wirken oder ganz bersehen werden. Schon Henry Ford vermutete, dass sicher 50% seiner Werbung ohne Rcklauf blieb nur welche Hilfe war das? Fakt ist, dass zwischen 2.000 und 3.000 Werbesignale tglich auf Ihre potenziellen Kunden einwirken. Damit sie zu Ihren Stammkunden werden, muss Ihre Werbung perfekt geplant sein und professionell umgesetzt werden. Auf 1.043 Seiten legt Rolf W. Knaack mit Werbung fr den Einzelhandel ein umfassendes Handbuch fr Firmen- und Gemeinschaftswerbung vor (4. Auflage, erschienen im Deutschen Fachverlag), das helfen will, mit Werbebotschaften erfolgreich beim Kunden anzukommen. Denn: Wer nicht wirbt bzw. kommuniziert, der stirbt. Was nicht kommuniziert wird, ist nicht existent. , konstatiert Knaack auf den ersten Seiten seines Buches.Ob Definitionen von Begriffen oder praktische Beispiele Knaack gelingt es in diesem Werk das Thema Werbung von Grund auf anzugehen. Er fhrt seinen Leser in drei groen Kapiteln Marketing fr den Einzelhandel , Kommunikationsinstrumente im Einzelhandel und Werbung Von der Planung zur Umsetzung durch die aktuelle Welt der Kommunikation, bis zum Internet. Zusammenfassende Stichworte am Rande, sowie zahlreichen Grafiken und Checklisten machen das Buch zu einem Nachschlagewerk, das nicht nur im Schrank stehen wird, sondern sich im unternehmerischen Alltag bewhrt. Hier wird kein Fachchinesisch geschrieben sondern Selbststndigen die Grundlage an die Hand geliefert in Zusammenarbeit mit Fachleuten (Agenturen, Textern u.a.) individuelle Strategien auf Augenhhe zu erarbeiten.Christine Hckmann, Chefredakteurin FOCUS (Das Magazin fr den erfolgreichen Augenoptiker, Ratingen) (Christine Hckmann, Chefredakteurin FOCUS (Das Magazin fr den erfolgreichen Augenoptiker, Ratingen))Kurzbeschreibung1,7 Sekunden knnen ber den Erfolg oder Nichterfolg einer Anzeige oder einer Kampagne entscheiden, 1,7 Sekunden ber den Erfolg oder Nichterfolg vieler Arbeitsstunden oder sogar ber die Zukunft eines Unternehmens - Ihres Unternehmens. Zwischen 2.000 und 3.000 Werbesignale wirken tglich auf Ihre potenziellen Kunden ein. Damit sie zu Ihren Stammkunden werden, muss Ihre Werbung perfekt geplant sein und professionell umgesetzt werden. Wie das funktioniert, zeigt die 4., vollstndig bearbeitete und stark erweiterte Auflage des Werbeklassikers Werbung fr den Einzelhandel. Das umfangreiche Werk umfasst alle wichtigen Bereiche des Handelsmarketings und liefert insbesondere durch die vielen, in der Praxis erprobten Checklisten ein unverzichtbares Instrumentarium fr Ihren unternehmerischen Erfolg. ber 300 Tabellen, Zeichnungen und Fotos runden di Die Rolle der Marketing-Kommunikation im Einzelhandel TEIL A: MARKETING FR DEN EINZELHANDEL 1 Einfhrung ins Marketing 2 Marktforschung fr den Einzelhandel 3 Ziele und Zielmrkte 4 Marketing-Instrumente TEIL B: KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE IM EINZELHANDEL 5 Das Kommunikations-Mix 6 Werbung 7 Werbemittel des Einzelhandels 8 Die Werbetrger des Einzelhandels 9 Verkaufsrderung 10 ffentlichkeitsarbeit (Public Relations) 11 Gemeinschaftswerbung 12 Direktmarketing 13 Persnliche Kommunikation 14 Messen und Ausstellungen 15 Sponsoring 16 Eventmarketing 17 Neue Medien: Das World-Wide-Web (Internet) und neue Werbe-Instrumente Seite 2 zum Inhaltsverzeichnis Werbung fr den Einzelhandel TEIL C: WERBUNG - VON DER PLANUNG ZUR UMSETZUNG 18 Werbeplanung und Werbeaktionen 19 Vom Brainstorming zum Briefing 20 Die Suche und Zusammenarbeit mit Werbeagenturen und/oder Freelancern 21 Werbekonzept und Umsetzung 22 Mediaplanung 23 Werbeerfolgskontrolle 24 Der Einzelhandel und das Wettbewerbsrecht Wichtige WerbebegriffeKlappentext1,7 Sekunden knnen ber den Erfolg oder Nichterfolg einer Anzeige oder einer Kampagne entscheiden, 1,7 Sekunden ber den Erfolg oder Nichterfolg vieler Arbeitsstunden oder sogar ber die Zukunft eines Unternehmens - Ihres Unternehmens. Zwischen 2.000 und 3.000 Werbesignale wirken tglich auf Ihre potenziellen Kunden ein. Damit sie zu Ihren Stammkunden werden, muss Ihre Werbung perfekt geplant sein und professionell umgesetzt werden. Wie das funktioniert, zeigt die 4., vollstndig bearbeitete und stark erweiterte Auflage des Werbeklassikers Werbung fr den Einzelhandel. Das umfangreiche Werk umfasst alle wichtigen Bereiche des Handelsmarketings und liefert insbesondere durch die vielen, in der Praxis erprobten Checklisten ein unverzichtbares Instrumentarium fr Ihren unternehmerischen Erfolg. ber 300 Tabellen, Zeichnungen und Fotos runden die Darstellung ab.