



**Erstellung einer Kommunikations- bzw.
Werbestrategie und deren marketingpolitischen
Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines
Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe
20+ (German Edition)**

Conny Wöhrlein, Christina Prieschl

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition)

Conny Wöhrlin, Christina Prieschl

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl

Diplomarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,0, Südwestdeutsche Akademie für Marketing und Kommunikation, 56 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Als Grundlage der Diplomarbeit diente in Kapitel 1 das Briefing durch den Kunden. „Ein Briefing ist die Informationsgrundlage, die eine Werbeagentur oder Werbeabteilung von einem werbetreibenden Unternehmen zur Erarbeitung einer Werbekampagne erhält oder gemeinsam mit dem Unternehmen erarbeitet.“ Unsere Aufgabe war es, für ein Modehaus in Ludwigsburg in Kapitel 2 zunächst eine Situationsanalyse durchzuführen, die sowohl eine Unternehmensanalyse, als auch allgemein eine Markt- und Wettbewerbsanalyse wie auch eine Zielgruppenanalyse beinhaltet hat. Im Einzelnen wurden dann Eigenschaften des zu bewerbenden Unternehmens sowie neue Positionierungswünsche ausgewertet, um künftig auch eine jüngere Zielgruppe anzusprechen. Es folgte die Beschreibung der Werbezielgruppen durch Untersuchung des Informations-, Kauf- und Verwendungsverhalten der Zielgruppe. Dies haben wir in Kapitel 3 in einem Kundenportfolio dargestellt, was auch auf „Customer-Lifetime-Value“, Kundenbindung und –akquisition eingeht. Zudem die Betrachtung eines adäquaten Mediennutzungsverhalten und einer allgemein intensiven Kaufkraft der Zielpersonen als Voraussetzung. Angestrebt wurde dabei die Schaffung von Unique Advertising Proposition (UAP), die sinngemäß „einzigartige Werbeaussage“ und Unique Selling Proposition (USP) „eine Möglichkeit der Differenzierung“.

Unterstützend dazu haben wir eine Fragebogenanalyse erstellt, die sich in Kapitel 4 auf Kaufinteresse und Einstellung der Zielgruppe beruft und in Anlehnung an die „Allensbacher-Studien“, welche als Informationsquellen bezüglich des Markenbewusstseins und des Kaufinteresses einer Zielgruppe dienen, ausgewertet wurde. Die neu erarbeitete Positionierung befasst sich in Kapitel 5.1 mit einem neuen Werbekonzept inkl. Werbe- und Copystrategie bzw. Schaffung eines Corporate Designs und einer Corporate Identity, kampagnenbezogener Medienauswahl und neuer Werbemittelstrategie. Darüberhinaus werden die neuen Kommunikationsziele, -mittel und –instrumente in bezug zum einzuhaltenden Zeitplan vorgestellt.. Zudem beschreiben wir in Kapitel 5.2 ein Verkaufsförderungs-Konzept sowie neue zielgruppenadäquate PR-Maßnahmen und den großen Bereich des Eventmarketings.

 [Download Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrateg ...pdf](#)

 [Read Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrat ...pdf](#)

Download and Read Free Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl

From reader reviews:

Mark Ames:

Do you considered one of people who can't read pleasurable if the sentence chained inside straightway, hold on guys this aren't like that. This Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) book is readable through you who hate those perfect word style. You will find the info here are arrange for enjoyable reading through experience without leaving even decrease the knowledge that want to supply to you. The writer connected with Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) content conveys objective easily to understand by lots of people. The printed and e-book are not different in the written content but it just different available as it. So , do you continue to thinking Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) is not loveable to be your top list reading book?

Eric Bittinger:

A lot of people always spent their own free time to vacation or maybe go to the outside with them loved ones or their friend. Were you aware? Many a lot of people spent they will free time just watching TV, or even playing video games all day long. If you want to try to find a new activity honestly, that is look different you can read some sort of book. It is really fun to suit your needs. If you enjoy the book which you read you can spent all day every day to reading a e-book. The book Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) it is rather good to read. There are a lot of those who recommended this book. They were enjoying reading this book. If you did not have enough space to bring this book you can buy often the e-book. You can m0ore quickly to read this book from your smart phone. The price is not too costly but this book features high quality.

Wanda Sousa:

Reading a book for being new life style in this calendar year; every people loves to go through a book. When you read a book you can get a wide range of benefit. When you read guides, you can improve your knowledge, due to the fact book has a lot of information on it. The information that you will get depend on what types of book that you have read. If you wish to get information about your research, you can read education books, but if you want to entertain yourself read a fiction books, this kind of us novel, comics, along with soon. The Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) provide you with new experience in studying a book.

Ella Carlson:

You may spend your free time you just read this book this reserve. This Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) is simple bringing you can read it in the area, in the beach, train and soon. If you did not include much space to bring the particular printed book, you can buy typically the e-book. It is make you better to read it. You can save the particular book in your smart phone. Thus there are a lot of benefits that you will get when one buys this book.

Download and Read Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl #OBDY67VSZAP

Read Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl for online ebook

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl books to read online.

Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl ebook PDF download

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl Doc

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl Mobipocket

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweigerung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl EPub