



**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 Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl

From reader reviews:

James Daniels:

Do you have favorite book? When you have, what is your favorite's book? E-book is very important thing for us to understand everything in the world. Each e-book has different aim or maybe goal; it means that e-book has different type. Some people feel enjoy to spend their time to read a book. They are reading whatever they take because their hobby is usually reading a book. How about the person who don't like studying a book? Sometime, particular person feel need book if they found difficult problem or exercise. Well, probably you will require this Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition).

Trent Gibson:

Precisely why? Because this Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) is an unordinary book that the inside of the publication waiting for you to snap the item but latter it will surprise you with the secret the idea inside. Reading this book adjacent to it was fantastic author who have write the book in such remarkable way makes the content on the inside easier to understand, entertaining technique but still convey the meaning fully. So , it is good for you because of not hesitating having this any more or you going to regret it. This unique book will give you a lot of gains than the other book possess such as help improving your ability and your critical thinking technique. So , still want to hold up having that book? If I were you I will go to the book store hurriedly.

Nancy Maxfield:

In this period of time globalization it is important to someone to acquire information. The information will make anyone to understand the condition of the world. The condition of the world makes the information quicker to share. You can find a lot of recommendations to get information example: internet, newspaper, book, and soon. You can observe that now, a lot of publisher this print many kinds of book. The book that recommended to you is Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) this reserve consist a lot of the information with the condition of this world now. This kind of book was represented just how can the world has grown up. The words styles that writer value to explain it is easy to understand. The writer made some investigation when he makes this book. That is why this book suitable all of you.

Pauline Browne:

What is your hobby? Have you heard in which question when you got scholars? We believe that that

problem was given by teacher to the students. Many kinds of hobby, All people has different hobby. And you also know that little person just like reading or as looking at become their hobby. You must know that reading is very important as well as book as to be the factor. Book is important thing to provide you knowledge, except your own personal teacher or lecturer. You will find good news or update with regards to something by book. Numerous books that can you decide to try be your object. One of them is Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition).

Download and Read Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl #JO684LGBIX0

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