

Gedenk

Verkaufsförderung

Verkaufsförderung ist für Hersteller und Händler ein bedeutendes Marketing-Instrument, das einen hohen Anteil am Kommunikationsbudget einnimmt. Inwieweit verschiedene Verkaufsförderungsaktionen jedoch erfolgreich sind, ist alles andere als offensichtlich. Das Werk beantwortet alle mit dieser Problematik im Zusammenhang stehenden Fragen, um Managern und Wissenschaftlern einen Überblick über die Möglichkeiten der Erfolgsanalyse und der Planung von Verkaufsförderung zu geben. • Welche Verkaufsförderungsinstrumente gibt es? • Welches sind die Komponenten des Erfolgs von Verkaufsförderung? • Wie kann man die Absatzwirkungen von Verkaufsförderung empirisch messen? • Was weiß man aus bisherigen Studien über die Absatzwirkungen und Profitabilität von Promotions? • Wie kann man den Einsatz von Verkaufsförderung planen? Im Zentrum der Verkaufsförderung steht die Frage: Wie können wir den Verkauf unserer Produkte (Leistungen) unmittelbar unterstützen? Das Buch beantwortet diese Frage und alle anderen Fragen, die damit in Zusammenhang stehen. Für Studierende der Wirtschaftswissenschaften an Universitäten, Fachhochschulen und Akademien sowie Praktiker in Management, Werbung und Vertrieb.



29,00 €
27,10 € (zzgl. MwSt.)

Kurzfristig nicht lieferbar, wird unverzüglich nach Lieferbarkeit versandt.

Artikelnummer: 9783800627639
Medium: Buch
ISBN: 978-3-8006-2763-9
Verlag: Franz Vahlen
Erscheinungstermin: 02.05.2002
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2002
Serie: Vahle's Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Produktform: Gebunden
Gewicht: 654 g
Seiten: 403
Format (B x H): 151 x 233 mm

