

Doppler

B2B-Eventmarketing

Ob Messen, Kongresse oder Tagungen – B2B-Events haben Hochkonjunktur. Sie sind Netzwerkplattform für die unterschiedlichsten Zielgruppen und haben sich als wirksames Marketinginstrument etabliert. Die Autorin beleuchtet die unterschiedlichen Facetten des B2B-Eventmarketings mit Augenmerk auf physische, virtuelle und hybride Events. Auf die Bedeutung eines durchgängigen Eventkonzeptes bis hin zu einer CRM-basierten Methode der Erfolgsmessung geht sie ebenfalls ein und berücksichtigt die große Bedeutung der sozialen Medien und die Chancen der Digitalisierung in der B2B-Kommunikation. Partizipative Formate wie die klassische Podiumsdiskussion, (Speed-)Datings und Formate wie Fishbowl, BarCamps und Booksprings werden auch erläutert.

Neue Formen des Marketings • von der Podiumsdiskussion bis zu Speed-Datings • vermittelt konzeptionelle Denkanstöße • mit Foliensatz für Hochschuldozenten Die Autorin beleuchtet die unterschiedlichen Facetten des B2B-Eventmarketings mit Augenmerk auf physische, virtuelle und hybride Events. Auf die Bedeutung eines durchgängigen Eventkonzeptes bis hin zu einer CRM-basierten Methode der Erfolgsmessung geht sie ebenfalls ein. Sie berücksichtigt zudem die große Bedeutung der sozialen Medien und die Chancen der Digitalisierung in der B2B-Kommunikation, inklusive ausgewählter partizipativer Formate.



21,90 €
20,47 € (zzgl. MwSt.)

Kurzfristig nicht lieferbar, wird unverzüglich nach Lieferbarkeit versandt.

Artikelnummer: 9783825245528
Medium: Buch
ISBN: 978-3-8252-4552-8
Verlag: UTB GmbH
Erscheinungstermin: 11.07.2016
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2016
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 228 g
Seiten: 205
Format (B x H): 118 x 185 mm

