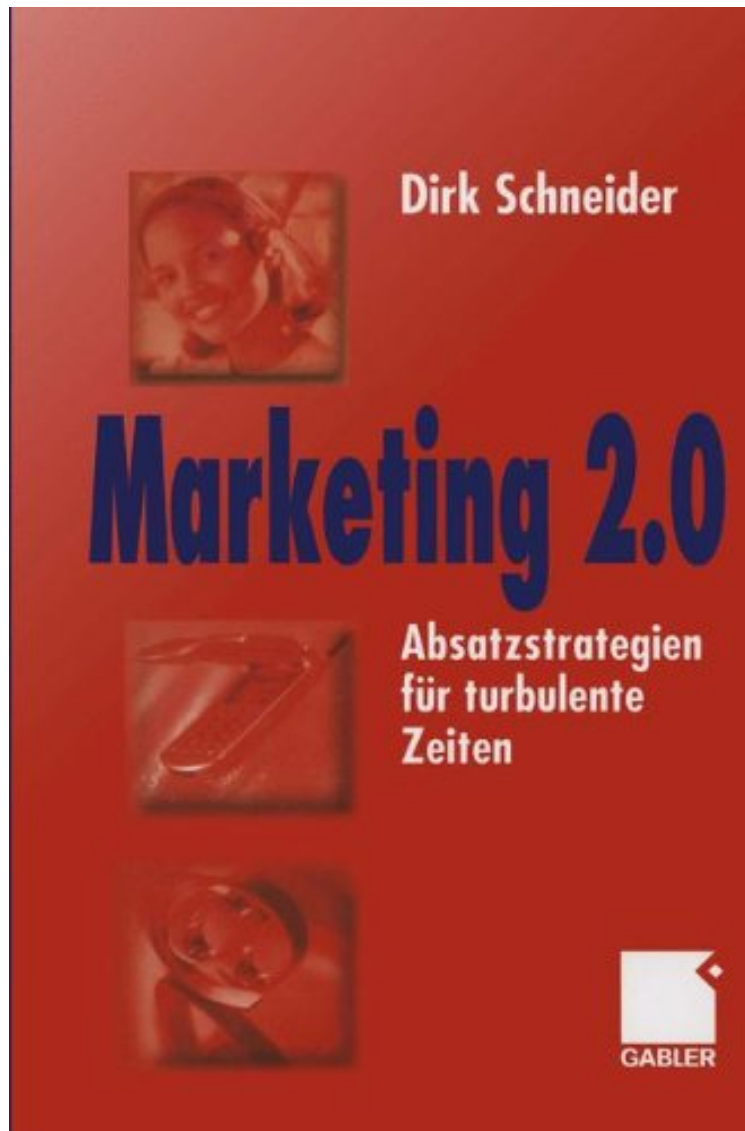


## Marketing 2.0: Absatzstrategien fr turbulente Zeiten

Von Dirk Schneider

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



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #2426234 in BcherVerffentlicht am: 2001-08-10Abmessungen: .0 x .0b x .0l, .0 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe247 Seiten | File size: 60.Mb

**Von Dirk Schneider : Marketing 2.0: Absatzstrategien fr turbulente Zeiten** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing 2.0: Absatzstrategien fr turbulente Zeiten:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Chancen, die neue Technologien im Marketing eröffnenVon Rolf DobelliWelche technologischen Innovationen beeinflussen das Marketing? Wie reagieren die Kunden auf diese Vernderungen? Welchen Handlungsbedarf gibt es fr die Unternehmen? Die schne neue Marketingwelt wird dem Leser in diesem Buch prsentiert. Insbesondere die Neuheiten des digitalen Zeitalters und die darauf abgestimmten zukünftigen Marketingkonzepte werden bersichtlich

vorgestellt. Dabei entwirft der Autor Szenarien, die die digitale Zukunft veranschaulichen und Anregungen für die Entwicklung unternehmensspezifischer Strategien bieten. Besondere Bedeutung hat dabei der unbedingt geforderte Schulterschluss von Marketing und EDV. Schneider legt überzeugend dar, dass diese beiden Disziplinen künftig in bisher nicht gekannter Intensität zusammenarbeiten müssen. Das meiste in diesem Buch ist zwar nicht völlig neu, aber es bietet doch einen guten Überblick über moderne Marketing-Konzepte. Durch die straffe Gliederung verlieren Sie bei der Lektüre nie den roten Faden und können selbst entscheiden, ob Sie einen schnellen Überblick oder eine eingehende und praxisorientierte Darstellung (anhand von Fallbeispielen und Exkursen) wünschen. getAbstract.com empfiehlt dieses Werk Marketing-Verantwortlichen, die sich informationstechnologisch nicht im Abseits tummeln wollen. 4 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr spannendes Fachbuch. Von Ein Kunde. Trotz des abschreckenden Titels ist das Buch sehr spannend und flüssig geschrieben. Es ist eine anspruchsvolle Übersicht der gegenwärtigen Markttrends in der Welt der elektronischen und der besonders der mobilen Datenverarbeitung und eine wirklich schlüssige Analyse, welche Implikationen sich für das Marketing von heute (und vor allem Morgen) daraus ergeben. Bei aller fachlichen Tiefe erscheint das Buch eher für den analytisch interessierten Praktiker als für Studenten im Grundstudium geschrieben. 5 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Marketing 2.0 - großer Titel, langweiliges Buch, Geld weg... Von bartulek@hotmail.com. Marketing 2.0 beeindruckt mit großer Ankündigung und brillanten Referenzen - aber leider nicht mit seinem Inhalt. Das Buch ist mit vielen Plattitiden vollgestopft und vermittelt den Eindruck hastig und nachlässig geschrieben worden zu sein. Für den interessierten und kundigen Leser wenig Neues, dafür viel überflüssiges. Schade eigentlich, e-shopping (wenngleich heute überholt) hat mich neugierig gemacht, ein weiteres Buch von Herrn Schneider zu lesen. Aber vielleicht hat hier nur der Partner einer Unternehmensberatung seinen Namen auf das Werk seiner Kollegen geschrieben - bei e-Shopping war entweder das Thema oder aber der Ghostwriter besser.

Pressestimmen "Ein auch wegen des übersichtlichen Aufbaus äußerst lesenswertes Buch." Wirtschaftswoche, 04.10.2001. Werbetext. Das neue Marketing. Kurzbeschreibung. Dirk Schneider zeigt in diesem Buch die neuen Disziplinen und Marketingkonzepte auf: Marketing in Echtzeit, Kundenbeziehungsmarketing, Multi-Kanal-Marketing, Solution-Marketing, Netzwerk-Marketing. Er weist aber zugleich auf die Gefahren hin, die entstehen, wenn in Unternehmen der Pfad eines strategischen Marketing verlassen wird. Damit verbunden ist auch ein neues Selbstverständnis des Marketing-Managers - seine zukünftige Rolle in der Unternehmensführung wird neu bestimmt.