

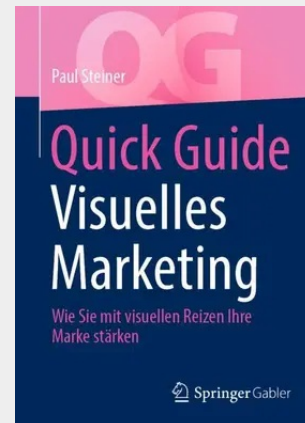
Quick Guide Visuelles Marketing

Wie Sie mit visuellen Reizen Ihre Marke stärken

Dieses Buch ist eine kompakte Einführung in das Thema Visuelles Marketing. Paul Steiner untersucht die marketingspezifische Relevanz von visuellen Reizen in der Kommunikation und bietet zahlreiche pragmatische Hilfestellungen für die Umsetzung. Für die Unternehmenspraxis werden wichtige Ansatzpunkte zur optischen Gestaltung von Marken geliefert, um so Konsumenten langfristig und idealerweise mit allen fünf Sinnen an eine Marke zu binden und damit Markeninhalte tiefgreifend zu verankern. Dies wird durch konkrete Beispiele von Singapore Airlines und MINI illustriert. Drei Interviews mit renommierten Experten aus Wissenschaft und Praxis runden das Buch ab.

- Wahrnehmung und Wirkung visueller Reize
- Markenrecht – Die Visuelle Marke
- Visuelles Marketing
- Praxisbeispiele visueller Marken
- Ausblick
- Experteninterviews

Dieses Buch ist eine kompakte Einführung in das Thema Visuelles Marketing. Paul Steiner untersucht die marketingspezifische Relevanz von visuellen Reizen in der Kommunikation und bietet zahlreiche pragmatische Hilfestellungen für die Umsetzung. Für die Unternehmenspraxis werden wichtige Ansatzpunkte zur optischen Gestaltung von Marken geliefert, um so Konsumenten langfristig und idealerweise mit allen fünf Sinnen an eine Marke zu binden und damit Markeninhalte tiefgreifend zu verankern. Dies wird durch konkrete Beispiele von Singapore Airlines und MINI illustriert. Zwei Interviews mit renommierten Experten aus Wissenschaft und Praxis runden das Buch ab. Der Inhalt - Einleitung - Wahrnehmung und Wirkung visueller Reize - Markenrecht – Die visuelle Marke - Visuelles Marketing - Praxisbeispiele visueller Marken - Fazit und Ausblick - Experteninterviews Der Autor Dr. Paul Steiner ist promovierter Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler. Neben seiner Promotion mit Auszeichnung zum Dr.rer.soc.oec. an der Wirtschaftsuniversität Wien, erhielt er ein Leistungsstipendium der Wirtschaftsuniversität Wien und den Rudolf-Sallinger-Preis für seine Diplomarbeit „Sensory Branding“. Seit 20 Jahren verantwortet er strategisch bedeutsame Projekte mit hoher Komplexität in der Bauindustrie, Finanzdienstleistungsbranche und Automobilindustrie. U.a. war er als Spezialist für akustische Markenführung in die strategische Planung und das Projektmanagement des neuen BMW Sound Logos, das 2013 den begehrten Red Dot Award erhielt, involviert.



29,99 €

28,03 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658415358

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-41535-8

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 02.10.2023

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2023

Serie: Quick Guide

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 140 g

Seiten: 81

Format (B x H): 148 x 210 mm

