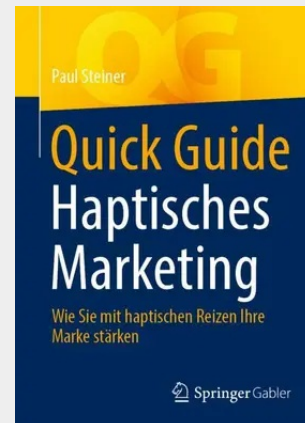


Quick Guide Haptisches Marketing

Wie Sie mit haptischen Reizen Ihre Marke stärken

Dieses Buch ist eine kompakte Einführung in das Thema Haptisches Marketing. Paul Steiner untersucht die marketingspezifische Relevanz von haptischen Reizen in der Kommunikation und bietet zahlreiche pragmatische Hilfestellungen für die Umsetzung. Für die Unternehmenspraxis werden wichtige Ansatzpunkte zur haptischen 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.

Dieses Buch ist eine kompakte Einführung in das Thema Haptisches Marketing. Paul Steiner untersucht die marketingspezifische Relevanz von haptischen Reizen in der Kommunikation und bietet zahlreiche pragmatische Hilfestellungen für die Umsetzung. Für die Unternehmenspraxis werden wichtige Ansatzpunkte zur haptischen Gestaltung von Marken geliefert. So können Konsumenten langfristig und idealerweise über alle fünf Sinne gebunden und Markeninhalte tiefgreifend verankert werden. 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 haptischer Reize - Markenrecht – Die haptische Marke - Haptisches Marketing - Praxisbeispiele haptischer 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“. Herausragende akademische Leistungen hat Herr Dr. Steiner in all seinen erfolgreich abgeschlossenen Studien (Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Betriebswirtschaft, Musikmanagement, Audio Engineering) erzielt. 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.)

sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3 Werktage

Artikelnummer: 9783658419653
Medium: Buch
ISBN: 978-3-658-41965-3
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 01.08.2023
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2023
Serie: Quick Guide
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 150 g
Seiten: 88
Format (B x H): 148 x 210 mm

