

Quick Guide Duftmarketing

Wie Sie mit Duftstoffen Ihre Marke stärken

Dieses Buch ist eine kompakte Einführung in das Duftmarketing und bietet Marketingverantwortlichen, die ihrem Unternehmen bzw. ihren Marken ein unverwechselbares Duftprofil verleihen möchten, zahlreiche pragmatische Hilfestellungen für die Umsetzung. Es geht darum, mit Hilfe von Duftstoffen den Absatz von Produkten und Dienstleistungen positiv zu beeinflussen bzw. zu steigern, als auch das Markenimage und die Kundenbindung zu stärken. Paul Steiner liefert für die Unternehmenspraxis wichtige Ansatzpunkte zur olfaktorischen Gestaltung von Marken, die durch konkrete Beispiele – Singapore Airlines und MINI – illustriert werden. Drei Experteninterviews runden das Buch ab. Die 2. Auflage dieses Werks wurde überarbeitet und um wichtige aktuelle Blickwinkel erweitert.

Der Inhalt

- Wahrnehmung und Wirkung olfaktorischer Reize
- Markenrecht – Die Duftmarke
- Duftmarketing
- Praxisbeispiele olfaktorischer Marken
- Ausblick
- Experteninterviews

Zielgruppe

- Dozierende und Studierende aus den Bereichen Marketing, Kommunikation und Werbung
- Markenverantwortliche, Markenberater

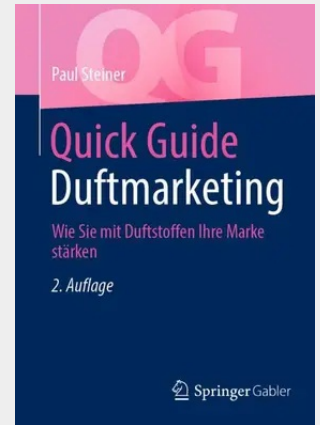
Der Autor

Paul Steiner ist promovierter Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler. Neben seiner Promotion mit Auszeichnung zum Dr. rer.soc.oec. an der Wirtschaftsuniversität Wien, erhielt er den Rudolf Sallinger-Preis für seine Diplomarbeit „Sensory Branding“. Dr. Steiner ist Autor zahlreicher Fachbücher u.a. „Quick Guide Visuelles Marketing“ (2025), „Quick Guide Haptisches Marketing“ (2025), „Quick Guide Multisensorisches Marketing“ (2025), „Quick Guide Sound Marketing“ (2025).

Dieses Buch ist eine kompakte Einführung in das Duftmarketing und bietet Marketingverantwortlichen, die ihrem Unternehmen bzw. ihren Marken ein unverwechselbares Duftprofil verleihen möchten, zahlreiche pragmatische Hilfestellungen für die Umsetzung. Es geht darum, mit Hilfe von Duftstoffen den Absatz von Produkten und Dienstleistungen positiv zu beeinflussen bzw. zu steigern, als auch das Markenimage und die Kundenbindung zu stärken. Paul Steiner liefert für die Unternehmenspraxis wichtige Ansatzpunkte zur olfaktorischen Gestaltung von Marken, die durch konkrete Beispiele – Singapore Airlines und MINI – illustriert werden. Drei Experteninterviews runden das Buch ab. Die 2. Auflage dieses Werks wurde überarbeitet und um wichtige aktuelle Blickwinkel erweitert.

Der Inhalt

- Wahrnehmung und Wirkung olfaktorischer Reize
- Markenrecht – Die Duftmarke
- Duftmarketing
- Praxisbeispiele olfaktorischer Marken
- Ausblick
- Experteninterviews



29,99 €

28,03 € (zzgl. MwSt.)

sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3 Werktage

Artikelnummer: 9783658488765

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-48876-5

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 19.07.2025

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. Auflage 2025

Serie: Quick Guide

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 187 g

Seiten: 119

Format (B x H): 148 x 210 mm

