



Marktforschung - Neuromarketing zur Erklärung des Markenwahlverhaltens

By Nadine Barth

GRIN Verlag Mai 2012, 2012. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 211x146x7 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Bachelorarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Sprache: Deutsch, Abstract: Einleitung Sie alle wollen unsere Aufmerksamkeit: Marken. Täglich müssen sich Konsumenten mit einer Flut an Werbung und damit einer ständig wachsenden Markenvielfalt auseinander setzen. Die Mehrzahl an Unternehmen ist innovativ, mutig und stark was das Aufstellen ihrer Marken auf den Märkten anbelangt. Vor allem wollen immer mehr Unternehmen mit ihren Marken emotional Zeichen setzen. Denn nach bestehenden Erkenntnissen sind Emotionen der zentrale Schlüssel für den Erfolg von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen. Die noch sehr junge Disziplin im Marketing Neuromarketing, soll hierbei durch bildgebende Verfahren die Wirkung von Werbung und Marken innerhalb des menschlichen Gehirns messbar machen. Durch die Anwendung neurowissenschaftlicher Methoden wird damit ein näherer Einblick gewährt, welche Informationen in das Bewusstsein gelangen und welche das Gehirn direkt entsorgt. So können bisherige klassische, betriebswirtschaftliche Verfahren zur Beurteilung des Kaufverhaltens durch neurowissenschaftliche Erkenntnisse ergänzt werden. Bisher konnte die Wirksamkeit von Marken zum einen durch Umsatzzahlen und zum anderen durch die herkömmliche Markt- und Sozialforschung...

Reviews

Certainly, this is the finest work by any article writer. It really is full of wisdom and knowledge You will not sense monotony at at any time of your own time (that's what catalogs are for concerning should you ask me).

-- **Marion Mann DDS**

A superior quality ebook and also the font used was interesting to read through. This is for all who statte there was not a well worth reading. I discovered this publication from my dad and i encouraged this pdf to learn.

-- **Felix Lehner Jr.**