



Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition)

By Nora Meyer

Download now

Read Online ➔

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer

Projektarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,3, EBC Hochschule Hamburg, 30 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Einleitung

Die traditionelle Form der Markenkommunikation stößt mehr und mehr an ihre Grenzen. Jeden Tag wird das Marktangebot um eine Vielzahl neuer Produkte und Marken erweitert. Mit der stetig wachsenden Anzahl von Marken werden immer mehr kommunikative Maßnahmen für den zu bewerbenden Markt geschaltet. Dadurch entsteht der so genannte „Information Overload“. Die Konsumenten werden förmlich mit Informationen überschüttet. Dies führt zu einer nachlassenden Effizienz der Werbung, da Konsumenten gar nicht mehr fähig sind, die vielen Informationen aufzunehmen. Da die meisten Firmen sich jedoch immer noch nur an die klassischen Kommunikationsmittel halten, scheitern, wie im Verlauf der Arbeit aufgezeigt wird, 80% der Konzepte auf dem Markt.

Außerdem erhöhen sich mit der steigenden Konkurrenz zwangsläufig auch die Aufwendungen, die nötig sind, um ein möglichst effizientes Marketing zu gestalten. Das bedeutet, dass sich die Schere zwischen Aufwendungen und Wirkung immer mehr spreizt. Um diese erhöhten Ausgaben zu decken, steigen folglich die Angebotspreise.

Da die Konsumenten die Unterschiede der verschiedenen Marken kaum mehr mit Hilfe ihrer Sinne feststellen können, richten sie sich immer mehr nach dem Preis, womit sich das Risiko eines Marketingflops noch mehr vergrößert.

Zurzeit werden 98% der Werbebotschaften vom Konsumenten nicht einmal wahrgenommen und landen damit ungenutzt auf dem Müll.

Das multisensorische Marketing soll diesem Problem - laut Marketingexperten - Abhilfe schaffen. Mit der Ansprache der bislang weitgehend unbeachteten Sinne des Menschen soll die Aufnahme von Werbung durch den Konsumenten neu angeregt und die jeweilige Marke neu etabliert werden. Da dieses Thema jedoch noch kaum behandelt wurde, stellt sich die Frage, inwieweit multisensorisches

Marketing die Marke bzw. den Konsumenten wirklich beeinflussen kann.

2. Definitionen multisensorischer Reize im Marketing

2.1 Wahrnehmung von Reizen – Die 5 Sinne des Menschen

Der menschliche Körper verfügt über fünf Sinne, den Gesichts-, Gehör, Geruchs-, Geschmacks- und Tastsinn. Über die Organe: Auge, Ohr, Nase, Zunge und Haut, die den Sinnen zugeordnet sind, kann der Mensch verschiedene Reize empfinden. Im Folgenden soll die Wahrnehmung dieser Reize kurz erläutert werden.

 [Download Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen M ...pdf](#)

 [Read Online Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen ...pdf](#)

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition)

By Nora Meyer

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer

Projektarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,3, EBC Hochschule Hamburg, 30 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Einleitung

Die traditionelle Form der Markenkommunikation stößt mehr und mehr an ihre Grenzen. Jeden Tag wird das Marktangebot um eine Vielzahl neuer Produkte und Marken erweitert. Mit der stetig wachsenden Anzahl von Marken werden immer mehr kommunikative Maßnahmen für den zu bewerbenden Markt geschaltet. Dadurch entsteht der so genannte „Information Overload“. Die Konsumenten werden förmlich mit Informationen überschüttet. Dies führt zu einer nachlassenden Effizienz der Werbung, da Konsumenten gar nicht mehr fähig sind, die vielen Informationen aufzunehmen. Da die meisten Firmen sich jedoch immer noch nur an die klassischen Kommunikationsmittel halten, scheitern, wie im Verlauf der Arbeit aufgezeigt wird, 80% der Konzepte auf dem Markt.

Außerdem erhöhen sich mit der steigenden Konkurrenz zwangsläufig auch die Aufwendungen, die nötig sind, um ein möglichst effizientes Marketing zu gestalten. Das bedeutet, dass sich die Schere zwischen Aufwendungen und Wirkung immer mehr spreizt. Um diese erhöhten Ausgaben zu decken, steigen folglich die Angebotspreise.

Da die Konsumenten die Unterschiede der verschiedenen Marken kaum mehr mit Hilfe ihrer Sinne feststellen können, richten sie sich immer mehr nach dem Preis, womit sich das Risiko eines Marketingflops noch mehr vergrößert.

Zurzeit werden 98% der Werbebotschaften vom Konsumenten nicht einmal wahrgenommen und landen damit ungenutzt auf dem Müll.

Das multisensorische Marketing soll diesem Problem - laut Marketingexperten - Abhilfe schaffen. Mit der Ansprache der bislang weitgehend unbeachteten Sinne des Menschen soll die Aufnahme von Werbung durch den Konsumenten neu angeregt und die jeweilige Marke neu etabliert werden. Da dieses Thema jedoch noch kaum behandelt wurde, stellt sich die Frage, inwieweit multisensorisches Marketing die Marke bzw. den Konsumenten wirklich beeinflussen kann.

2. Definitionen multisensorischer Reize im Marketing

2.1 Wahrnehmung von Reizen – Die 5 Sinne des Menschen

Der menschliche Körper verfügt über fünf Sinne, den Gesichts-, Gehör, Geruchs-, Geschmacks- und Tastsinn. Über die Organe: Auge, Ohr, Nase, Zunge und Haut, die den Sinnen zugeordnet sind, kann der Mensch verschiedene Reize empfinden. Im Folgenden soll die Wahrnehmung dieser Reize kurz erläutert werden.

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer Bibliography

- Rank: #4447857 in eBooks
- Published on: 2008-03-17
- Released on: 2008-03-17
- Format: Kindle eBook



[Download Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen M ...pdf](#)



[Read Online Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen ...pdf](#)

Download and Read Free Online Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer

Editorial Review

Users Review

From reader reviews:

Linda Haag:

This book untitled Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) to be one of several books this best seller in this year, that is because when you read this reserve you can get a lot of benefit onto it. You will easily to buy this specific book in the book retail store or you can order it via online. The publisher with this book sells the e-book too. It makes you more readily to read this book, because you can read this book in your Touch screen phone. So there is no reason to you personally to past this reserve from your list.

Walter Miller:

Are you kind of hectic person, only have 10 or even 15 minute in your day to upgrading your mind ability or thinking skill also analytical thinking? Then you are experiencing problem with the book in comparison with can satisfy your short time to read it because pretty much everything time you only find reserve that need more time to be examine. Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) can be your answer given it can be read by you actually who have those short free time problems.

Pearl Moore:

Reading a book for being new life style in this 12 months; every people loves to read a book. When you go through a book you can get a lot of benefit. When you read books, you can improve your knowledge, mainly because book has a lot of information upon it. The information that you will get depend on what forms of book that you have read. If you want to get information about your research, you can read education books, but if you want to entertain yourself you are able to a fiction books, this kind of us novel, comics, in addition to soon. The Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) provide you with a new experience in examining a book.

Marylouise Potter:

Don't be worry if you are afraid that this book will probably filled the space in your house, you could have it in e-book method, more simple and reachable. That Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) can give you a lot of buddies because by you taking a look at this one book you have point that they don't and make anyone more like an interesting person. This particular book can be one of one step for you to get success. This e-book offer you information that

probably your friend doesn't understand, by knowing more than various other make you to be great persons. So , why hesitate? Let us have Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition).

Download and Read Online Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer #WRDYAGV9UT1

Read Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer for online ebook

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer books to read online.

Online Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer ebook PDF download

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer Doc

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer Mobipocket

Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer EPub

WRDYAGV9UT1: Möglichkeiten und Grenzen des multisensorischen Marketing - eine kritische Analyse (German Edition) By Nora Meyer