



DOWNLOAD



Design - Erfolgsfaktor für B2B-Marken

By Carla Saraiva

Grin Verlag Dez 2007, 2007. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x4 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Titel. - Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, einseitig bedruckt, Note: 1,3, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Neu-Ulm; früher Fachhochschule Neu-Ulm, 25 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Design is the most potentially powerful, most under-utilised resource for strategy business competitiveness. 1 Die Bedeutung des Designs für das Marketing Management von Investitionsgütermarken hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen.2 Marktstrukturveränderungen wie Globalisierung, Standardisierungsdruck und sinkende Produktlebenszyklen, führen Unternehmen dazu, neben den üblichen Erfolgsfaktoren wie Preis und Qualität, verstärkt nach Ansatzpunkten zur Differenzierung zu suchen. Es werden hierbei Faktoren gesucht, die die Wettbewerbsposition eines Unternehmens langfristig sichern können. Da sich Produkte sowie Dienstleistungsangebote immer mehr angleichen und die Profilierung einer Marke im Wettbewerb verstärkt von Komponenten wie Corporate Identity und Corporate Design abhängt, kann der Einsatz von Design eine Möglichkeit sein, um sich im harten Wettbewerb abgrenzen zu können.3 Die vorliegende Arbeit 'Design Erfolgsfaktor für B2B-Marken' beschäftigt sich mit der betriebswirtschaftlichen Bedeutung des Designs als Erfolgsfaktor für eine B2B-Marke. Aus marketingpolitischer Sicht ist zunächst kein direkter

Reviews

Comprehensive guideline! Its such a good read through. It is actually writter in basic words and not confusing. I am just easily could possibly get a enjoyment of reading a composed book.

-- **Lonzo Wilderman**

This book is amazing. it was writtern very completely and helpful. Your way of life period is going to be enhance as soon as you full reading this pdf.

-- **Antonia Lindgren II**