

1. Record Nr.	UNINA9910163135003321
Autore	Hünerberg Reinhard
Titolo	Innovationsmarketing : Marketing konkret / / Reinhard Hünerberg
Pubbl/distr/stampa	Tübingen, : UVK Verlag, 2015
ISBN	3-86496-814-3 3-86496-812-7 3-86496-813-5
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (80 pages) : illustrations
Disciplina	658.406
Soggetti	Absatzwege BWL Innovation Innovationsstrategie Kooperation Marktfestlegung Marktstrategie Marktverhalten Marktziele Marktzutritt Medienselektion Preispolitik SWOT-Analyse Technologie Vertrieb Vertriebswege
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	[1. Auflage]
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Sommario/riassunto	Für alle Arten von Innovationen gilt der Grundsatz marktorientierter Unternehmensführung. Das bedeutet, dass die unternehmerischen Aktivitäten an vorhandenen oder potenziellen Kunden und ihren

bestehenden oder neu zu schaffenden Bedürfnissen ausgerichtet sind. Damit ist das Management von Innovationen primär eine Marketingaufgabe, die sowohl darin besteht, den Innovationscharakter des Angebots bei Abnehmern zu verankern als auch entsprechende Kaufwünsche und tatsächliches Kaufverhalten auszulösen. Die adäquate Durchführung der damit verbundenen Marketingaufgaben entscheidet maßgeblich über den Innovationserfolg. Das Buch führt in das Innovationsmarketing ein und folgt dabei dem praktischen Ablauf in einem Unternehmen: Situationsanalyse, Marktziele, Marktstrategien und schließlich Marktinstrumente für Innovationen.
