

1. Record Nr.	UNINA9910306614503321
Autore	Szeliga Michael
Titolo	Push und Pull in der Markenpolitik
Pubbl/distr/stampa	Bern, : Peter Lang International Academic Publishers, 2018
ISBN	9783631497593
Descrizione fisica	1 online resource (306)
Soggetti	Business studies: general Production & quality control management Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>Angesichts der hohen Komplexität von Entscheidungen in der Markenpolitik sehen sich Markenartikelhersteller vor der Herausforderung, Planungsinstrumente zu konzipieren, die sie bei der Entscheidungsfindung unterstützen und eine quantifizierbare Bewertung von Handlungsalternativen ermöglichen. Diese Arbeit hat sich daher zum Ziel gesetzt, einen Beitrag zur Entwicklung dieser Instrumente zu liefern. Hierbei wird die Tradition der bereits in den 70er Jahren intensiv diskutierten modelltheoretischen Ansätze fortgeführt und ein Simulationsmodell zur Planung von Markendurchsetzungsstrategien des Push und Pull entwickelt. Im Vordergrund steht die Frage des aufeinander abgestimmten Einsatzes des handels- und endabnehmerorientierten Marketinginstrumentariums. Den situativen Kontext zur Veranschaulichung der einzelnen Prozeßstufen bei der Entwicklung eines solchen Modells bildet der Privatkundenbereich des deutschen Reifenmarktes.</p>