1. Record Nr. UNINA9910346827903321

Autore	Ahrens Michael
Titolo	Experimentelle Analyse der Wirkungen ausgewaehlter Direktmarketing-Instrumente
Pubbl/distr/stampa	Bern, : Peter Lang International Academic Publishers, 2018
ISBN	9783631537473
Descrizione fisica	1 online resource (272)
Soggetti	Production & quality control management Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research Transport industries
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Trotz der in den letzten Jahren stetig gewachsenen Bedeutung des Einsatzes des Direktmarketings zur Erreichung der Marketing-Ziele vieler Unternehmen wird der systematischen und umfassenden Analyse der zentralen, die Effektivität und Effizienz des Direktmarketing-Einsatzes beeinflussenden Determinanten nur geringe Aufmerksamkeit gewidmet. Vor diesem Hintergrund ist das Ziel dieser Arbeit, einen Beitrag zur experimentellen Analyse der Wirkungsweise der Direktmarketing-Instrumente Mailing, Email und SMS zu leisten. Aufbauend auf einer theoretischen Fundierung des direktmarketing-spezifischen Wirkungsprozesses werden zunächst die Wirkungen der zentralen endogenen und exogenen Determinanten des Direktmarketing-Einsatzes analysiert und in einem Wirkungsmodell zusammengefasst. Auf Basis einer umfangreichen empirischen Analyse verschiedener Direktmarketing-Aktionen eines Unternehmens aus dem Verkehrsdienstleistungsbereich werden zusammenfassend Einflussrichtung und -stärke der identifizierten Determinanten untersucht sowie Implikationen für Wissenschaft und Praxis abgeleitet.