

1. Record Nr.	UNINA9910483226403321
Autore	Hoffmann Stefan
Titolo	Konsumentenverhalten : Konsumenten verstehen – Marketingmaßnahmen gestalten // von Stefan Hoffmann, Payam Akbar
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-05628-2
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (XI, 209 S. 31 Abb.)
Disciplina	658.83
Soggetti	Market research Market Research/Competitive Intelligence
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Konsumenten und Verhalten -- Konsumentenverhaltensforschung.- Motivation -- Emotion -- Kognition -- Einstellung -- Entscheidung -- Interindividuelle Unterschiede -- Soziale Umwelt -- Physische Umwelt -- Mediale Umwelt -- Konsumentenverhalten im Wandel.
Sommario/riassunto	Dieses Buch vermittelt die Grundlagen des Konsumentenverhaltens verständlich und in klarer Sprache. Warum ist der Einkaufswagen voller als geplant? Wieso will man unbedingt das neuste Smartphone? Die Autoren erklären zunächst, wie motivationale, emotionale und kognitive Prozesse das Verhalten des Konsumenten bestimmen. Danach zeigen sie, wie sich Konsumentengruppen in ihrem Verhalten unterscheiden und welche Rolle die soziale, physische und mediale Umwelt spielt. Das Buch folgt einem durchgängigen didaktischen Konzept. Der Leser beobachtet die fiktiven Personen Lea und Ben in zahlreichen Konsumsituationen und lernt dabei wesentliche Theorien und Modelle kennen. Fallbeispiele, Schilderungen einschlägiger Studien, QR-Codes zu Video-Content und Fragen zur Selbstkontrolle stellen ein schnelles Begreifen und effektives Lernen sicher. Der Inhalt Konsumenten und Verhalten Konsumentenverhaltensforschung Motivation, Emotion, Kognition, Einstellung, Entscheidung Interindividuelle Unterschiede Soziale Umwelt, physische Umwelt, mediale Umwelt Konsumentenverhalten im Wandel Die Autoren Dr. Stefan Hoffmann ist Professor für Marketing an der Christian-

Albrechts-Universität zu Kiel. Payam Akbar (M.A. Wirtschaftsprüfungswirtschaftspsychologe) forscht zum Thema Konsumentenverhalten an der Professur für Marketing an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Zuvor sammelte er mehrjährige Berufserfahrung im Bereich E-Commerce und Multi-Channel-Retailing. .

---