

1. Record Nr.	UNINA9910483229703321
Autore	Hütter Manuel
Titolo	Marketinginnovationen : Empirische Studien zu Erfolgswirkung und Treibern // von Manuel Hütter
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-13039-3
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (225 p.)
Collana	Beiträge zur empirischen Marketing- und Vertriebsforschung, , 2567-6415
Disciplina	650
Soggetti	Communication in organizations Customer relations - Management Corporate Communication Customer Relationship Management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	"Research"--Cover.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Die Erfolgswirkung von Marketinginnovationen -- Vergleich von Marketinginnovationen und Produktinnovationen -- Treiber von radikalen Marketinginnovationen -- Implikationen für die Managementpraxis.
Sommario/riassunto	Dieses Buch befasst sich mit Marketinginnovationen, also mit Innovationen, die sich auf die Bereiche Vertrieb, Pricing und Kommunikation beziehen. Manuel Hütter untersucht diese in zwei empirischen Studien näher. So wird in einer branchenübergreifenden Erhebung der Frage nachgegangen, ob und unter welchen Bedingungen Marketinginnovationen erfolgreich sind und worin die Unterschiede zu Produktinnovationen liegen. In einer zweiten Studie steht im Vordergrund, unter welchen Voraussetzungen Unternehmen besonders innovative Marketingkonzepte hervorbringen. Insgesamt sprechen die Ergebnisse für eine stärkere Auseinandersetzung der Wissenschaft und der Praxis mit dem Thema Marketinginnovationen. Der Inhalt Die Erfolgswirkung von Marketinginnovationen Vergleich von Marketinginnovationen und Produktinnovationen Treiber von radikalen Marketinginnovationen Implikationen für die Managementpraxis Die Zielgruppen Dozenten und Studenten der Betriebswirtschaftslehre mit

den Schwerpunkten Marketing und Innovationsmanagement Fach- und  
Führungskräfte in Unternehmen mit diesen Schwerpunkten Der Autor  
Dr. Manuel Hütter promovierte bei Prof. Dr. Martin Klarmann  
(Forscherguppe Marketing & Vertrieb) am Karlsruher Institut für  
Technologie.

---