

1. Record Nr.	UNINA9910484564703321
Titolo	Dialogmarketing Perspektiven 2015/2016 : Tagungsband 10. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-12924-7
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (155 p.)
Collana	Springer Gabler Research
Disciplina	658.8
Soggetti	Marketing Call centers Call Center/Customer Service
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Dialogkommunikation im digitalen Zeitalter -- Verbrauchereinstellungen zum Teilen persönlicher Daten -- Prognosemodell zur Wirkung von Content auf Facebook -- Customer Experience Management -- Erfolgsbeitragsfaktoren im Dialogmarketing -- Werbemitteloptimierung.
Sommario/riassunto	Innovationsstarke Branchen – und dazu zählt das Dialogmarketing ganz eindeutig – benötigen intensive und praxisnahe Forschung, deshalb hat es sich der Deutsche Dialogmarketing Verband seit vielen Jahren zur Aufgabe gemacht, den Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis zu fördern. Der Sammelband Dialogmarketing Perspektiven erscheint 2015/2016 bereits im zehnten Jahr und vereint aktuelle Fachbeiträge und Forschungsprojekte zu Themen des Dialogmarketings. Er geht zurück auf den 10. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing, den der DDV im September 2015 an der Hochschule Fulda veranstaltete. Der Inhalt - Dialogkommunikation im digitalen Zeitalter - Verbrauchereinstellungen zum Teilen persönlicher Daten - Prognosemodell zur Wirkung von Content auf Facebook - Customer Experience Management - Erfolgsbeitragsfaktoren im Dialogmarketing- Werbemitteloptimierung Die Zielgruppen • Dozierende und Studierende der Wirtschaftswissenschaften, der Wirtschaftspsychologie sowie interdisziplinärer Fachrichtungen mit dem Forschungsschwerpunkt

Dialogmarketing • Fach- und Führungskräfte in der Dialogmarketingbranche Der Herausgeber Der DDV ist die kommunikative Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Verbrauchern und vertritt die Interessen von Dienstleistern und werbungtreibenden Unternehmen der gesamten Dialogmarketingbranche.
