

1. Record Nr.	UNINA9910563001703321
Autore	Frömling Simone
Titolo	Zielgruppenmarketing im Fremdenverkehr von Regionen : Ein Beitrag zur Marktsegmentierung auf der Grundlage von Werten, Motiven und Einstellungen / H. Meffert, Simone Frombling
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1994
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (345 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 21
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
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Nota di contenuto	Aus dem Inhalt: Operationalisierung des Besuchsverhaltens - Soziodemographische und psychographische Merkmale (Werte, Motive und Einstellungen) als Bestimmungsfaktoren des Besuchsverhaltens - Psychographische Marktsegmentierung - Zielgruppenspezifische Marktbearbeitung - Maßnahmen zur Durchsetzung.
Sommario/riassunto	Seit geraumer Zeit gewinnt die Frage nach einem zielgruppenspezifischen Marketing von Fremdenverkehrsregionen an Bedeutung. Die vorliegende Arbeit hat sich daher zum Ziel gesetzt, auf der Grundlage einer Stichprobe von 936 befragten Bundesbürgern zu untersuchen, unter Berücksichtigung welcher Markterfassungsansätze und Segmentierungskriterien eine sinnvolle Zielgruppenabgrenzung im Fremdenverkehr von Regionen vorgenommen werden kann. Hierzu wird der Einfluß sozio- und psychographischer Merkmale (Werte, Motive, Einstellungen) auf die Besuchsabsicht und -dauer analysiert. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für eine psychographische Marktsegmentierung. Für die identifizierten Segmente werden aus Sicht einer regionalen Fremdenverkehrsorganisation theoriegeleitet

Ansatzpunkte für eine zielgruppenspezifische Marktbearbeitung
aufgezeigt.
