

1. Record Nr.	UNINA9910563003203321
Autore	Szeliga Michael
Titolo	Push und Pull in der Markenpolitik : Ein Beitrag zur modellgestützten Marketingplanung am Beispiel des Reifenmarktes / H. Meffert, Michael Szeliga
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1996
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (306 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 29
Soggetti	Business studies: general Production & quality control management Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research
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: Modellgestützte Planung von Markendurchsetzungsstrategien - Push und Pull als Ausprägungen von Markendurchsetzungsstrategien - Reifenmarkt als situativer Kontext für die Planung von Markendurchsetzungsstrategien - Gestaltung eines Simulationsmodells zur Planung von Markendurchsetzungsstrategien.
Sommario/riassunto	Angesichts der hohen Komplexität von Entscheidungen in der Markenpolitik sehen sich Markenartikelhersteller vor der Herausforderung, Planungsinstrumente zu konzipieren, die sie bei der Entscheidungsfindung unterstützen und eine quantifizierbare Bewertung von Handlungsalternativen ermöglichen. Diese Arbeit hat sich daher zum Ziel gesetzt, einen Beitrag zur Entwicklung dieser Instrumente zu liefern. Hierbei wird die Tradition der bereits in den 70er Jahren intensiv diskutierten modelltheoretischen Ansätze fortgeführt und ein Simulationsmodell zur Planung von Markendurchsetzungsstrategien des Push und Pull entwickelt. Im Vordergrund steht die Frage des aufeinander abgestimmten Einsatzes des handels- und endabnehmerorientierten

Marketinginstrumentariums. Den situativen Kontext zur Veranschaulichung der einzelnen Prozeßstufen bei der Entwicklung eines solchen Modells bildet der Privatkundenbereich des deutschen Reifenmarktes.
