

1. Record Nr.	UNINA9910563003503321
Autore	Hieronimus Fabian
Titolo	Persönlichkeitsorientiertes Markenmanagement : Eine empirische Untersuchung zur Messung, Wahrnehmung und Wirkung der Markenpersönlichkeit / H. Meffert, Fabian Hieronimus
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c2004
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (311 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 47
Soggetti	Production & quality control 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: Die Markenpersönlichkeit im Rahmen des Markenmanagements - Persönlichkeitspsychologie - Markenstärke - Kongruenztheorie - Beziehungstheorie - Kausalanalyse.
Sommario/riassunto	Der Aufbau einer differenzierten Markenpersönlichkeit wird seit geraumer Zeit als entscheidend für das Markenmanagement betrachtet. In Ermangelung eines integrierten Steuerungsrahmens wird in dieser Arbeit zunächst ein Bezugsrahmen für das Management von Markenpersönlichkeiten entwickelt. In einem sich anschließenden empirischen Teil wird die Markenpersönlichkeit operationalisiert und hinsichtlich ihrer Wahrnehmung und ihrer Wirkung auf die Markenstärke gemessen. Abschließend werden Implikationen für die Praxis diskutiert.