

1. Record Nr.	UNINA9910563005503321
Autore	Schürmann Uwe
Titolo	Erfolgsfaktoren der Werbung im Produktlebenszyklus : Ein Beitrag zur Werbewirkungsforschung / H. Meffert, Uwe Schurmann, Universität Munster
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1993
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (290 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 19
Soggetti	Production & quality control management Sales & marketing management Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Sommario/riassunto	Der Werbung kommt im Lebenszyklus von Produkten eine Schlusselfunktion zum Ausbau und zur Sicherung des Markterfolges zu. Dabei muß sich die Werbung an den strategisch relevanten Situationsbedingungen, wie sie in der Taxonomie des Produktlebenszyklus-Konzeptes zum Ausdruck kommen, ausrichten. Auf der Grundlage einer Stichprobe von 185 Produkten aus 6 Warengruppen des klassischen Markenartikelbereichs geht die vorliegende Untersuchung erstmalig auf empirischer Basis den Bestimmungsfaktoren des Werbeerfolges in verschiedenen Produktlebenszyklusphasen nach. Aufbauend auf einer Operationalisierung psychographischer und ökonomischer Erfolgsdimensionen wird sowohl der Einfluß strategischer Faktoren (Zielgruppen-, Instrumente- und Positionierungsstrategie) als auch maßnahmenabhängiger Faktoren (Budget, Gestaltung, Mediaselektion und Integration) untersucht.