

1. Record Nr.	UNINA9910765609603321
Autore	Schürmann Uwe
Titolo	Erfolgsfaktoren der Werbung im Produktlebenszyklus
Pubbl/distr/stampa	Bern, : Peter Lang International Academic Publishers, 2018
ISBN	9783631457504
Descrizione fisica	1 online resource (290)
Soggetti	Production & quality control management Sales & marketing management Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Der Werbung kommt im Lebenszyklus von Produkten eine Schlüsselfunktion 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.