

1. Record Nr.	UNINA9910985868803321
Autore	aszkiewicz Anna
Titolo	Współtworzenie wartoci z konsumentami w rodowisku wirtualnym / Anna aszkiewicz
Pubbl/distr/stampa	ód [Poland], : Wydawnictwo Uniwersytetu ódzkiego, 2018
ISBN	83-8142-084-9
Descrizione fisica	1 online resource (1 p. 216)
Collana	Uniwersytet ódzki
Soggetti	Economy Business Economy / Management Marketing / Advertising
Lingua di pubblicazione	Polacco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Co-creating value with consumers in a virtual environment is an original monograph on the Polish publishing market devoted to the issue of the competitiveness of enterprises in the context of the approach to the value creation. The author discusses issues related to the co-creating value together with consumers, conditioned by the specificity and potential of the virtual environment. The book is a valuable source of knowledge about virtual communities and their importance in creating the company's offer and improving business innovation. Cooperation with consumers can be applied in such areas as building unique products that respond to the needs of existing and future clients, processes adapted to the specificity of individual industries and markets, and communication with the market by creating and distributing content and promoting the idea and values of the organisation. // Współtworzenie wartoci z konsumentami w rodowisku wirtualnym to oryginalna na polskim rynku wydawniczym monografia na temat konkurencyjnoci przedsibiorstw w kontekcie zagadnienia kreowania wartoci. Autorka omawia kwestie zwizane z tworzeniem przez przedsibiorstwo wartoci wspólnie z konsumentami, uwarunkowane specyfik i potencjaem rodowiska wirtualnego. Ksika jest cennym ródem wiedzy o wirtualnych

spoecznościach oraz ich znaczeniu w zakresie budowania oferty przedsiębiorstwa i poprawy innowacyjności biznesu. Zawiera zagadnienia dotyczące współpracy z konsumentami w takich sferach, jak tworzenie unikalnych, odpowiadających na potrzeby klientów produktów, wdrażanie procesów dostosowanych do specyfiki poszczególnych bran i rynków czy wreszcie zapewnienie komunikacji z rynkiem poprzez tworzenie i dystrybucję treści oraz propagowanie idei i wartości organizacji.
