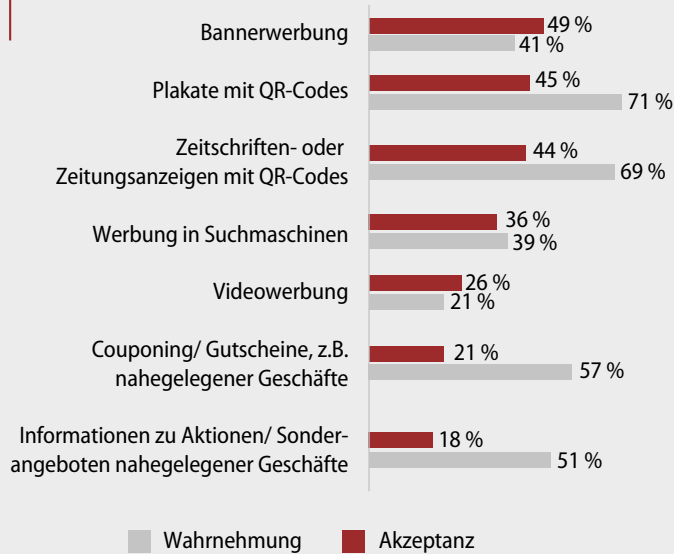


Service der Verlagsredaktion

Der Kanal Marketing im Wissensportal Springer für Professionals bietet aktuelle Themen sowie fundiertes Hintergrundwissen für Marketingmanager. In der Datenbank finden Sie derzeit rund 40.000 Fachbücher und 300 Fachzeitschriften aus den Bereichen Wirtschaft und Technik.


Grafik des Monats aus unserer Datenbank



Mobile Werbung wirkt in der crossmedialen Vernetzung mit anderen Medien am besten. So erreichen Plakate sowie Zeitschriften- und zeitungsanzeigen mit QR-codes die höchsten Akzeptanzwerte. Angaben in Prozent

Quelle: Kreuzer, R. T: Praxisorientiertes Online-Marketing, Wiesbaden, 2014, Seite 334, VivaKi 2013, Panel-Befragung 1.000 Smartphone-Besitzer und 600 Kaufplaner.

Das Wissensportal Springer für Professionals

Alle Beiträge und Literaturtipps im Heft, die mit  gekennzeichnet sind, sind für Abonnenten des Portals Springer für Professionals im Volltext unter www.springerprofessional.de frei zugänglich. Abonnenten dieser Zeitschrift können das Portal drei Monate kostenfrei unter Angabe des Aktionscodes C0006818 testen und danach zum Vorzugspreis beziehen.

 www.springerprofessional.de/fachzeitschriften/

Weiterführende Inhalte aus dem Portal

„Eine sinnstiftende Marke ist in erste Linie authentisch“

Marken sollten unverwechselbar sein und sich gut verkaufen lassen. Warum Marken auch Sinn stiften, erklärt Sandro Abbate im Interview.

www.springerprofessional.de/5189172

Marken profitieren vom Twitter-Gezwitscher

Auf Markenerwähnungen in Tweets reagieren laut einer Studie mehr als die Hälfte der Twitter-Nutzer, etwa mit dem Besuch der Marken-Website. Entscheidend ist die Qualität.

www.springerprofessional.de/5180610

Worauf es bei Video-Ads im Social Web ankommt

Wer einen Viral-Hit im Netz landen will, sollte nicht nur auf prominente Testimonials setzen. Die Treiber fürs Video-Ad-Sharing sind starke Emotionen.

www.springerprofessional.de/5174862

Lesetipp aus der Sales Management Review:

Die drei großen Dilemmas in der Kundenbeziehung: Der Wachstumstreiber Kundenbeziehung wird oft unterschätzt.

www.springerprofessional.de/5251834