

## Social Media als Instrument der erlebnisorientierten Markenführung im Premiumsegment



Filesize: 1.09 MB

### **Reviews**

*This publication will never be effortless to get started on reading through but very entertaining to read through. It normally is not going to expense too much. I discovered this publication from my dad and i encouraged this book to find out.*  
(Otilia Schinner)

## SOCIAL MEDIA ALS INSTRUMENT DER ERLEBNISORIENTIERTEN MARKENFÜHRUNG IM PREMIUMSEGMENT



To download **Social Media als Instrument der erlebnisorientierten Markenführung im Premiumsegment** PDF, remember to access the link listed below and download the document or have access to additional information which are in conjunction with SOCIAL MEDIA ALS INSTRUMENT DER ERLEBNISORIENTIERTEN MARKENFÜHRUNG IM PREMIUMSEGMENT ebook.

GRIN Verlag Okt 2013, 2013. Taschenbuch. Condition: Neu. Neuware - Bachelorarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Sprache: Deutsch, Abstract: Das Zeitalter sozialer Medien hat die Marktmacht der Konsumenten maßgeblich gestärkt. Jeder Nutzer ist im sozialen Internet dazu befähigt, Marken auf Augenhöhe zu begegnen, mit ihnen zu interagieren und sie öffentlich zu bewerten. Konsumenten nehmen somit einen nie zuvor dagewesenen Einfluss auf die Markenbildung. Der dialogorientierte und transparente Charakter sozialer Medien widerspricht jedoch der traditionell einseitigen und stark selektiven Kommunikation von Luxusmarken. Am Beispiel der Leica Camera AG widmet sich diese Arbeit der Frage, ob es Unternehmen der Luxussegmente dennoch gelingen kann, sich adäquat im Social Web zu positionieren. Eine interdisziplinäre Literatur- und Internetrecherche bildet zunächst ein theoretisches Fundament. Die hier gewonnenen Erkenntnisse werden daraufhin im explorativen Teil der Arbeit angewandt. Hier gilt es, die Social-Media-Strategie des Unternehmens und den digitalen Markenauftritt der Leica Camera AG näher zu beleuchten. Dabei bedient sich die vorliegende Arbeit Formen der Feldforschung (ein Interview mit einem leitenden Angestellten am Firmensitz in Solms), evaluiert ein strategisches Papier der Firma und analysiert eine Unternehmenspräsentation. Diese Arbeit zeigt auf, dass es entgegen der traditionellen Kommunikation von Luxusunternehmen durch emotionales Storytelling, dem interaktiven Dialog mit Anspruchsgruppen und der Förderung von Markengemeinschaften möglich ist, eine Luxusmarke erlebnisreich und adäquat im Social Web zu positionieren. 64 pp. Deutsch.



**Read Social Media als Instrument der erlebnisorientierten Markenführung im Premiumsegment Online**



**Download PDF Social Media als Instrument der erlebnisorientierten Markenführung im Premiumsegment**



**Download ePUB Social Media als Instrument der erlebnisorientierten Markenführung im Premiumsegment**

## Other eBooks



**[PDF] Report from the Interior. Bericht aus dem Inneren, englische Ausgabe**

Click the hyperlink below to download "Report from the Interior. Bericht aus dem Inneren, englische Ausgabe" document.

[Save PDF »](#)



**[PDF] Brother Bother: v. 10**

Click the hyperlink below to download "Brother Bother: v. 10" document.

[Save PDF »](#)



**[PDF] Studyguide for Constructive Guidance and Discipline: Preschool and Primary Education by Marjorie V. Fields ISBN: 9780136035930**

Click the hyperlink below to download "Studyguide for Constructive Guidance and Discipline: Preschool and Primary Education by Marjorie V. Fields ISBN: 9780136035930" document.

[Save PDF »](#)



**[PDF] Ohio Court Rules 2013, Practice Procedure**

Click the hyperlink below to download "Ohio Court Rules 2013, Practice Procedure" document.

[Save PDF »](#)



**[PDF] Stories from East High: Bonjour, Wildcats v. 12**

Click the hyperlink below to download "Stories from East High: Bonjour, Wildcats v. 12" document.

[Save PDF »](#)



**[PDF] Sulk: Kind of Strength Comes from Madness v. 3**

Click the hyperlink below to download "Sulk: Kind of Strength Comes from Madness v. 3" document.

[Save PDF »](#)

**[PDF] Federal Court Rules: 2012**

Access the hyperlink beneath to download "Federal Court Rules: 2012" PDF document.

[Read Document »](#)

**[PDF] The Whale Tells His Side of the Story Hey God, Ive Got Some Guy Named Jonah in My Stomach and I Think Im Gonna Throw Up**

Access the hyperlink beneath to download "The Whale Tells His Side of the Story Hey God, Ive Got Some Guy Named Jonah in My Stomach and I Think Im Gonna Throw Up" PDF document.

[Read Document »](#)

**[PDF] Crochet: Learn How to Make Money with Crochet and Create 10 Most Popular Crochet Patterns for Sale: ( Learn to Read Crochet Patterns, Charts, and Graphs, Beginner s Crochet Guide with Pictures)**

Access the hyperlink beneath to download "Crochet: Learn How to Make Money with Crochet and Create 10 Most Popular Crochet Patterns for Sale: ( Learn to Read Crochet Patterns, Charts, and Graphs, Beginner s Crochet Guide with Pictures)" PDF document.

[Read Document »](#)

**[PDF] Kalila and Dimna: (From the Panchatantra, Jatakas, Bidpai, Kalilah and Dimnah and Lights of Canopus): v. 2: Fables of Conflict and Intrigue**

Access the hyperlink beneath to download "Kalila and Dimna: (From the Panchatantra, Jatakas, Bidpai, Kalilah and Dimnah and Lights of Canopus): v. 2: Fables of Conflict and Intrigue" PDF document.

[Read Document »](#)

**[PDF] Kathavatthu Index: v. 3**

Access the hyperlink beneath to download "Kathavatthu Index: v. 3" PDF document.

[Read Document »](#)

**[PDF] Children s Educational Book: Junior Leonardo Da Vinci: An Introduction to the Art, Science and Inventions of This Great Genius. Age 7 8 9 10 Year-Olds. [Us English]**

Access the hyperlink beneath to download "Children s Educational Book: Junior Leonardo Da Vinci: An Introduction to the Art, Science and Inventions of This Great Genius. Age 7 8 9 10 Year-Olds. [Us English]" PDF document.

[Read Document »](#)