

## Marktforschung - Neuromarketing zur Erklärung des Markenwahlverhaltens



Filesize: 6.42 MB

### **Reviews**

*Completely essential go through book. This is for all who stante there had not been a worthy of reading through. It is extremely difficult to leave it before concluding, once you begin to read the book.*

*(Lydia Legros)*

## MARKTFORSCHUNG - NEUROMARKETING ZUR ERKLÄRUNG DES MARKENWAHLVERHALTENS

[DOWNLOAD](#)

GRIN Verlag Mai 2012, 2012. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 211x146x7 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Bachelorarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Sprache: Deutsch, Abstract: Einleitung Sie alle wollen unsere Aufmerksamkeit: Marken. Täglich müssen sich Konsumenten mit einer Flut an Werbung und damit einer ständig wachsenden Markenvielfalt auseinandersetzen. Die Mehrzahl an Unternehmen ist innovativ, mutig und stark was das Aufstellen ihrer Marken auf den Märkten anbelangt. Vor allem wollen immer mehr Unternehmen mit ihren Marken emotional Zeichen setzen. Denn nach bestehenden Erkenntnissen sind Emotionen der zentrale Schlüssel für den Erfolg von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen. Die noch sehr junge Disziplin im Marketing Neuromarketing, soll hierbei durch bildgebende Verfahren die Wirkung von Werbung und Marken innerhalb des menschlichen Gehirns messbar machen. Durch die Anwendung neurowissenschaftlicher Methoden wird damit ein näherer Einblick gewährt, welche Informationen in das Bewusstsein gelangen und welche das Gehirn direkt entsorgt. So können bisherige klassische, betriebswirtschaftliche Verfahren zur Beurteilung des Kaufverhaltens durch neurowissenschaftliche Erkenntnisse ergänzt werden. Bisher konnte die Wirksamkeit von Marken zum einen durch Umsatzzahlen und zum anderen durch die herkömmliche Markt- und Sozialforschung gemessen werden. Aktuelle Forschungsergebnisse zeigen allerdings, dass der Kauf von Marken kein direktes Resultat von bewussten und rationalen Verhalten ist. Außerdem muss auch Werbung nicht unweigerlich bewusst wahrgenommen werden, um eine hohe Verkaufsrate zu erzielen. 95 % aller Kaufentscheidungen sind unbewusst und werden primär durch Emotionen und Erinnerungen ausgelöst. Es ist daher fast unmöglich eine verlässliche Aussage, beispielsweise nur durch einen Fragebogen, über den eigentlichen Grund der Markenwahlentscheidung eines Kunden zu erhalten. Aufgrund der angesprochenen Problematiken stellt sich also die Frage, ob durch die Analyse von Gehirnprozessen bei der Wahl einer bestimmten Marke zukünftig Marketing- und Werbeaktivitäten in Bezug auf Effizienz...



[Read Marktforschung - Neuromarketing zur Erklärung des Markenwahlverhaltens Online](#)



[Download PDF Marktforschung - Neuromarketing zur Erklärung des Markenwahlverhaltens](#)

## See Also

---



### **Psychologisches Testverfahren**

Reference Series Books LLC Nov 2011, 2011. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 249x191x7 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Quelle: Wikipedia. Seiten: 100. Kapitel: Myers-Briggs-Typindikator, Keirsey Temperament Sorter, DISG,...

[Download ePub »](#)

---



### **Programming in D**

Ali Cehreliz 2015, 2015. Buch. Book Condition: Neu. 264x182x53 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - The main aim of this book is to teach D to readers...

[Download ePub »](#)

---



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

2009. Softcover. Book Condition: New. 5th. 8.25 x 11 in. Never HIGHLIGHT a Book Again! Includes all testable terms, concepts, persons, places, and events. Cram101 Just the FACTS101 studyguides gives all of the outlines, highlights,...

[Download ePub »](#)

---



### **Aeschylus**

BiblioLife. Paperback. Book Condition: New. This item is printed on demand. Paperback. 260 pages. Dimensions: 8.0in. x 5.0in. x 0.6in. This Translation of Aeschylus, an entirely new one, is designed as an Appendix to my...

[Download ePub »](#)

---



### **Yearbook Volume 15**

RareBooksClub. Paperback. Book Condition: New. This item is printed on demand. Paperback. 58 pages. Dimensions: 9.7in. x 7.4in. x 0.1in. This historic book may have numerous typos and missing text. Purchasers can usually download a free...

[Download ePub »](#)