

Tags: Marknadsföring mellan företag las online bok; Marknadsföring mellan företag ladda ner pdf e-bok; Marknadsföring mellan företag bok pdf svenska; Marknadsföring mellan företag epub books download; Marknadsföring mellan företag MOBI download; Marknadsföring mellan företag e-bok apple

Marknadsföring mellan företag PDF E-BOK

Roland Almqvist,Johan Graaf,Erik Jannesson,Anders Parment,Matti Skoog



Författare: Roland Almqvist,Johan Graaf,Erik Jannesson,Anders Parment,Matti Skoog

ISBN-10: 9789147097333

Språk: Svenska

Filstorlek: 4529 KB

BESKRIVNING

Hur fungerar egentligen marknadsföring mellan olika företag - i dag, i Sverige? Den här boken tar ett brett och modernt grepp på dagens företagsmarknader och utgår från nordisk marknadsföringstradition. Med utgångspunkt i tre grundbegrepp - värde, relation och erbjudande - beskrivs områden som är kritiska för att förstå och kunna arbeta med marknadsföring mellan företag. Läs mer! Marknadsföring handlar om att stödja kunderna i deras värdeskapande processer. I dag sker det genom att presentera innovativa erbjudanden och genom relationsbyggande i komplexa affärsnätverk. Författarna utgår från aktuell forskning och ger konkreta exempel för att visa hur såväl traditionell produktförsäljning som tjänster och avancerade helhetslösningar kan hanteras. "Sättet att se på marknadsföring har förändrats över tid, där den mest intressanta förändringen är att värdeskapandet har hamnat mer och mer i fokus - och inte minst att värdeskapande inte längre ses som en enkelriktad process från en leverantör till en kund, utan att det inbegriper ett samskapande av flera olika aktörer, inklusive kunden. Vi ser också en trend mot att marknadsföring har fått en tydligare strategisk roll, och en utveckling mot att marknadsföringen inte längre är kopplad till en viss avdelning eller funktion, utan att den är en aktivitet och ett antal processer som görs av olika individer med olika roller på flera olika platser både inom och utanför ett företag." I boken presenteras kritiska områden som ofta saknas i traditionella B2B-böcker, till exempel marknadsrelaterad innovation, varumärkesprofilering, affärsmodeller, outsourcing och en ökad tjänsteorientering. Forskningsbaserade fall används för att illustrera teorier, framgångsrika exempel och implementeringsfällor. Om författarna Daniel Kindström är docent i industriell marknadsföring vid Tekniska högskolan vid Linköpings universitet. Daniel forskar och undervisar om bland annat tjänstebaserade affärsmodeller, marknadsstrategier och industriell marknadsföring. Christian Kowalkowski är docent i industriell marknadsföring och verksam vid forskningscentret CERS på Hanken Svenska handelshögskolan i Helsingfors samt Tekniska högskolan vid Linköpings universitet. Christian forskar och undervisar om bland annat tjänstestrategier i industriföretag, service management och värdeskapande utifrån en tjänstelogik. Anders Parment, ek. dr, forskar och undervisar om marknadsföring vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet. Anders har skrivit ett 20-tal böcker, flertalet om olika aspekter av marknadsföring, bland annat om distributionsstrategier på konkurrensintensiva marknader.

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

Kursplan för Marknadsföring och organisation I - uu.se

Försäljning och marknadsföring mellan företag En handbok om affärsdrivande kundkommunikation enligt Key Account Communication-metoden Säljer en bra produkt sig ...

Vad är det för skillnad på reklam, marknadsföring och PR?

Marknadsföring kan beskrivas som att finna kunder för sin produkt eller tjänst på marknaden, att visa upp sig och göra sig hörd. Det är för alla företag en ...

Lagar och regler för dig som företagare | IIS

Pris: 341 kr. danskt band, 2012. Skickas inom 1-2 vardagar. Köp boken Marknadsföring mellan företag av Daniel Kindström, Christian Kowalkowski, Anders Parment ...

MARKNADSFÖRING MELLAN FÖRETAG

LÄS MER