

Tags: Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring las online bok; Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring ladda ner pdf e-bok; Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring epub books download; Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring bok pdf svenska; Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring e-bok apple; Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring MOBI download

Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring PDF E-BOK

Johan Hagberg,Ulrika Holmberg,Malin Sundström,Lars Walter



Författare: Johan Hagberg,Ulrika Holmberg,Malin Sundström,Lars Walter

ISBN-10: 9789147116959

Språk: Svenska

Filstorlek: 3371 KB

BESKRIVNING

PRISBELÖNAD: Köprevolutionen har tilldelats hederspris i tävlingen Årets marknadsföringsbok 2016 Morgondagens marknadsplats är digital. Med den här boken får du de nödvändiga insikter som hjälper dig att tänka framåt och ställa de rätta frågorna. Läs mer Digitaliseringen av samhället är en av vår tids största och mest omvälvande förändringar. Med den nya tekniken blir konsumenten och därmed även köpprocessen allt mer digital, och det ritar helt om förutsättningarna för många verksamheter. I den pågående "köprevolutionen" står handeln i frontlinjen - dess gränssnitt digitaliseras snabbt. Digitaliseringen av köpet får dock konsekvenser långt utanför handelns gränser. Alla måste förstå vad som händer när det är konsumenterna som styr (och inte varumärkena), att köprevolutionen får konsekvenser för hela vårt sätt att göra affärer, från marknadsföring och varumärkespositionering till affärsmodeller och hur vi organiserar oss. Den här boken hjälper dig att förstå vad den digitaliserade köpprocessen betyder för just era kunder och er affär. Den hjälper dig att tänka nytt, att tänka konsumentcentrerat, att tänka digitalt. Om författarna Dr Pernilla Jonssons specialitet är att omvandla konsumenters röst till strategisk affärsnytta, och hon har väglett flera multinationella bolag inom varumärkespositionering, innovation och marknadsstrategi. Pernilla är i dag verksam på Ericsson ConsumerLab där hon ansvarar för affärsutveckling utifrån global konsumentinsikt. Patrik Stoopendahl är affärsantropolog och konsult på analysföretaget Kairos Future. Till vardags stöttar han företag och organisationer i utvecklingen av strategier, kommunikationsidéer och nya koncept utifrån djuplodande analyser av nordisk och internationell konsumtionskultur. Ek. dr Malin Sundström forskar om kunders beteenden, attityder och köpbeslut. Hon arbetar tillsammans med företag och organisationer och har lång erfarenhet av uppdragsforskning inom digital handel och konsekvenserna för framtidens butiker. Malin är akademisk föreståndare för SIIR, Swedish Institute for Innovative Retailing, vid Högskolan i Borås

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

Frukostklubben: Köprevolutionen - hur den digitaliserade konsumenten ...

Hon är bl.a. medförfattare till boken Köprevolutionen - Hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken ... marknadsföring och big ...

PDF Litteraturlista för Retail management: Butiken (KSMC23) 15 hp.

Köprevolutionen - Så förändrar den digitaliserade konsumenten handel, marknadsföring och varumärken ... hur den digitaliserade konsumenten ...

Köprevolutionen Marknadsföring och försäljning ... - liber.se

Liber AB Köprevolutionen : hur den digitaliserade konsumenten transformerar handel, varumärken och marknadsföring - BUTIKPRIS.SE

**KÖPREVOLUTIONEN : HUR DEN DIGITALISERADE KONSUMENTEN TRANSFORMERAR
HANDEL, VARUMÄRKEN OCH MARKNADSFÖRING**

LÄS MER