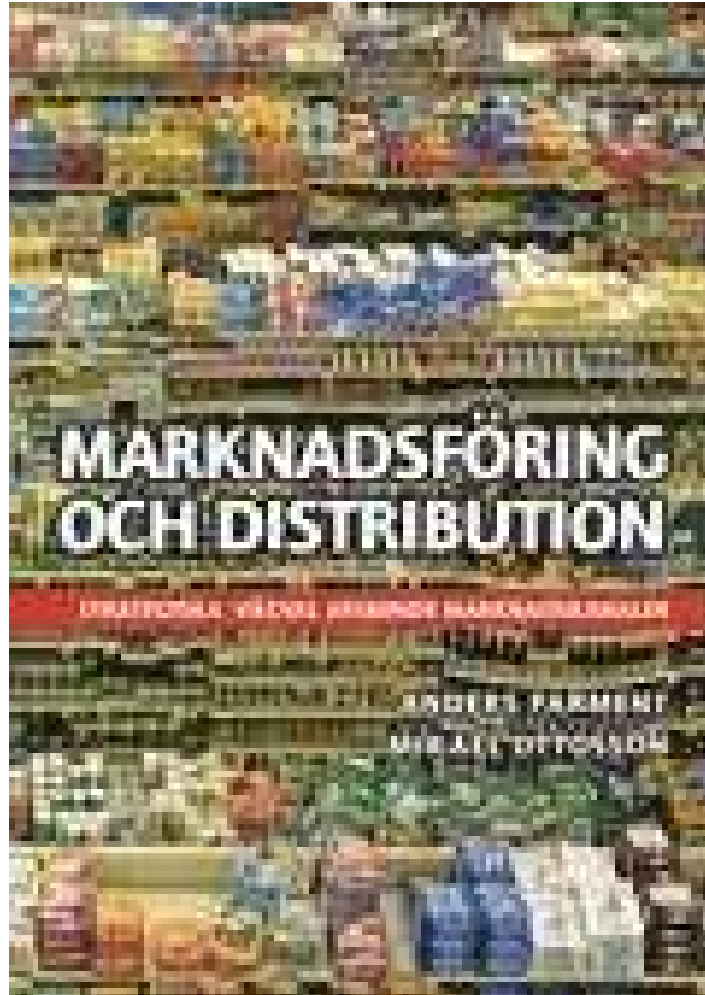


Tags: Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler las online bok; Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler bok pdf svenska; Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler MOBI download; Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler e-bok apple; Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler ladda ner pdf e-bok; Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler epub books download

Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler PDF E-BOK

Anders Parment



Författare: Anders Parment

ISBN-10: 9789147099108

Språk: Svenska

Filstorlek: 1093 KB

BESKRIVNING

Distribution och marknadskanaler är centrala dimensioner av ett företags konkurrenskraft. Ändå saknas det oftanytänkande inom dessa områden. Marknadsföring och distribution: Strategiska vägval avseende marknadskanaler bidrar till att fylla detta tomrum. Läs mer Bilden i såväl marknadsföringslitteratur som bland många beslutsfattare är att distributionsbeslut primärt handlar om att styra ett flöde av varor och tjänster på ett mer kostnadseffektivt sätt än konkurrenterna. I denna bok är utgångspunkten istället att distribution har blivit så integrerat i erbjudandet att det är svårt att isolera från produkten och varumärket. Företag som känner till detta samband arbetar inte slentrianmässigt med sin distribution utan förstår dess strategiska betydelse för framgång i en alltmer konkurrensintensiv och mättad marknad där konsumenter är krävande, emotionellt styrda och generellt trötta på företags marknadskommunikation. Genom studier av svenska och internationella företag och varumärken som Stiga, Fenix Outdoor, Svenssons i Lammhult, Nike, Samsung och Starbucks exemplifieras och fördjupas förståelsen för distributionens betydelse. Boken lämpar sig som komplement till introduktionsboken i grundläggande marknadsföringskurser vid universitet och högskolor samt som fördjupningslitteratur. Den vänder sig också till yrkesverksamma som arbetar med eller kommer i kontakt med marknadsföring och distribution. Om författarna Anders Parment, ek. dr, är lektor vid School of Business, Stockholms universitet. Han har skrivit ett tjugotal böcker och artiklar om marknadsföring samt verkat som strategikonsult åt konsumentföretag, banker, försäkringsbolag, Konkurrensverket, regeringen med mera, ofta med fokus på distributionsfrågor. Mikael Ottosson, fil. dr, är universitetslektor i företagsekonomi med inriktning mot marknadsföring vid Linköpings universitet. Han undervisar i marknadsföring på samtliga nivåer och forskar inom ämnet.

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

urn:nbn:se:liu:diva-88328 : Marknadsföring och distribution ...

Mikael Ottosson, Linköping University, ... Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler more.

Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende ...

Strategiska vägval avseende marknadskanaler belönades med ett hedersomnämmande i samband med att ...
Marknadsföring och distribution inom ...

Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende ...

Marknadsföring och distribution : strategiska vägval avseende marknadskanaler | Anders Parment, Mikael Ottosson | ISBN: 9789147099108 | Kostenloser Versand für ...

**MARKNADSFÖRING OCH DISTRIBUTION : STRATEGISKA VÄGVAL AVSEENDE
MARKNADSKANALER**

LÄS MER