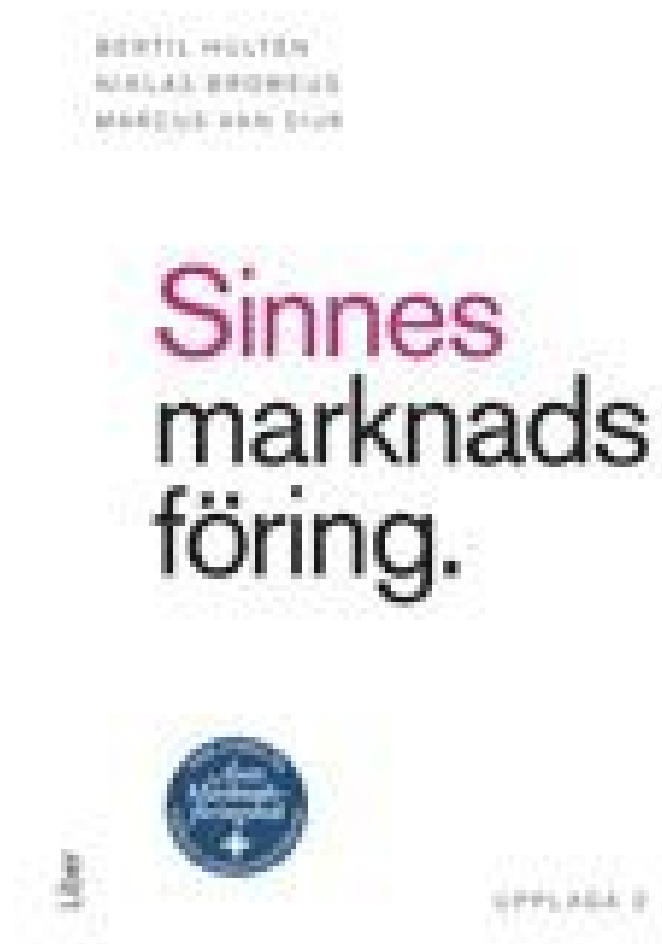


Sinnesmarknadsföring PDF

Mikael Carlson



Det här är bara ett utdrag ur Sinnesmarknadsföring bok. Du kan hitta hela boken genom att klicka på knappen nedan.



Författare: Mikael Carlson
ISBN-10: 9789147096510
Språk: Svenska
Filesize: 1047 KB

BESKRIVNING

I den här prisbelönta boken - nu i sin andra reviderade upplaga - visas hur de mänskliga sinnena kan bilda utgångspunkt för ett företags marknadsföring. Det handlar om hur företag via emotionella inslag - genom att synas, låta, dofta, kännas eller smaka - kan bemöta kunderna på ett mer intimt och personligt sätt än vad traditionell marknadsföring lyckats med. Läs mer! I boken föreslås en begreppsapparat och beskrivs vad sinnesmarknadsföring är på ett såväl praktiskt som teoretiskt plan. Den bygger på aktuell forskning och verkliga exempel från både svenska och utländska företag. I denna andra reviderade upplaga har flera avsnitt och exempel tillkommit eller skrivits om i ljuset av områdets utveckling. En nyskapande bok för både utbildning och praktik! Den första upplagan av "Sinnesmarknadsföring" erhöll år 2008 Sveriges Marknadsförbunds utmärkelse Årets Marknadsföringsbok. I maj 2009 publicerades boken på engelska, med titeln "Sensory Marketing" (Palgrave Macmillan). Sagt om boken "De mänskliga sinnena deltar i kundernas upplevelser av varor och tjänster. Likväl har dessa inte inkluderats i marknadsföringsmodeller och litteraturen på området är obetydlig. Därför fyller den här boken ett stort tomrum. Den går på djupet när det gäller att förstå sinnesupplevelser och föreslår en begreppsmodell för en sinnesmarknadsföring med adress till både praktiker, forskare och studenter." Christian Grönroos, professor i tjänste- och relationsmarknadsföring, Svenska Handelshögskolan i Helsingfors "För att öka försäljningen är det viktigt att kunna erbjuda prisvärda produkter till kunderna. Men, som författarna visar i denna mycket läsvärda bok, framgångsrik marknadsföring handlar om så mycket mer i dagens samhällskultur. Jag kan starkt rekommendera boken till praktiker, studenter och forskare." Fredrik Bergström, ekon. dr., affärsområdeschef WSP Sverige, Analys & Strategi Om författarna Bertil Hultén är docent i marknadsföring vid Ekonomihögskolan, Linnéuniversitetet i Kalmar/Växjö (www.lnu.se/ekonomihogskolan), och associerad forskare vid Handels Utredningsinstitut (HUI). Hans forskning är inriktad på betydelsen av multi-sensoriska varumärkesupplevelser i marknadsföringen. Bertil publicerar artiklar i olika vetenskapliga tidskrifter och är en efterfrågad föreläsare. Niklas Broweus är civ.ek. från Linnéuniversitetet i Kalmar, Handelshögskolan i Göteborg och Cracow University of Economics, Polen. Han är konsult och föreläsare inom sinnesmarknadsföring och driver bloggen Sinnesmarknadsforing.se. Marcus van Dijk är civ.ek. från Linnéuniversitetet i Kalmar och Otterbein University, USA. Han föreläser om sinnesmarknadsföring och är Sense Director på strategibyrån Sense Agency, som analyserar miljöer och utvecklar sinnesstrategier för alla fem sinnen, www.senseagency.se.

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

Sinnesmarknadsföring vid småskalig handel i butiksmiljö En kvalitativ och kvantitativ studie om sinnemarknadsföringens användning hos företag samt uppfattning ...

Vi på Aroma Marketing Sverige vill förklara begreppet sinnesmarknadsföring som är så populärt just nu. Hur är det egentligen att marknadsföra mot våra 5 ...

Issuu is a digital publishing platform that makes it simple to publish magazines, catalogs, newspapers, books, and more online. Easily share your publications and get ...

SINNESMARKNADSFÖRING

[Fortsätt läsa...](#)