

Ungeplante Käufe - Über den Impulskauf



Filesize: 3.6 MB

Reviews

This is basically the best ebook we have study right up until now. it absolutely was writtern very properly and useful. You may like how the blogger write this ebook.

(Cecil Zemlak DVM)

UNGEPLANTE KÄUFE - ÜBER DEN IMPULSKAUF



GRIN Verlag GmbH Aug 2008, 2008. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, Georg-August-Universität Göttingen (Institut für Marketing und Handel), Veranstaltung: Käuferverhalten, 19 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Es gibt oft Unterschiede zwischen dem, was die Kunden sagen und was sie tun, zwischen dem was sie tun und was sie im Innersten wirklich wollen, und zwischen dem, was sie sich vornehmen und was sie aufgrund einer Sinnesänderung in letzter Minute dann tatsächlich tun (vgl. Kotler/Bliemel 1992: S. 300). Menschen fällen jeden Tag eine Vielzahl von Kaufentscheidungen. So kaufen sie oft bestimmte Produkte zum wiederholten Male, wie Duschgel oder Lebensmittel, manche aber auch nur einmal im Leben, wie z.B. ein Haus oder ein teures Auto. Solche Kaufentscheidungen laufen nicht immer nach dem gleichen Mustern ab. Über den Kauf von manchen Produkten macht man sich wochenlang Gedanken, wägt die möglichen Vor- und Nachteile ab, über andere Kaufentscheidungen denkt man gar nicht nach. Man geht durch den Laden und findet gleich das richtige Produkt. Das Wissen darüber, wie Käufer Entscheidungen treffen, ist von elementarer Bedeutung in der Markt- und Werbepsychologie. Nur wer über dieses Wissen verfügt, ist in der Lage den Konsumenten zur richtigen Zeit und in der richtigen Weise die richtige Art von Informationen zu vermitteln (vgl. Fill 2001: S. 115). Eine dänische Studie zum Beispiel ergab, dass neun von zehn Kunden beim Einkauf nur etwa zwei Drittel der gekauften Waren zuvor geplant hatten, die restlichen Produkte waren Spontankäufe (vgl. Solomon et al. 2001: S. 297). Laut einer Studie werden in Deutschland 55% aller Kaufentscheidungen vor Ort, also direkt am Point of Sale (POS) getroffen (Point of Purchase Advertising International, 1999). Die verschiedenen...



[Read Ungeplante Käufe - Über den Impulskauf Online](#)



[Download PDF Ungeplante Käufe - Über den Impulskauf](#)

Other Books



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,...

[Read Book »](#)



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...

[Read Book »](#)



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,...

[Read Book »](#)



Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs

Peachpit Press, 2005. Softcover. Book Condition: Neu. Gebraucht - Sehr gut Unbenutzt. Schnelle Lieferung, Kartonverpackung. Abzugsfähige Rechnung. Bei Mehrfachbestellung werden die Versandkosten anteilig erstattet. - Adobe InDesign is taking the publishing world by storm and...

[Read Book »](#)



Carmilla

CreateSpace Independent Publishing Platform. Paperback. Book Condition: New. This item is printed on demand. Paperback. 140 pages. Dimensions: 9.0in. x 6.0in. x 0.3in. Carmilla is a Gothic novella by Joseph Sheridan Le Fanu. First published in...

[Read Book »](#)