

Celebrity Marketing am Beispiel "L'Oréal". Vergleich Deutschland und China



Filesize: 8.62 MB

Reviews

These types of book is the greatest ebook readily available. I was able to comprehend every little thing using this published e pdf. I realized this pdf from my dad and i encouraged this publication to discover.

(Dr. Porter Mitchell)

CELEBRITY MARKETING AM BEISPIEL "L'ORÉAL". VERGLEICH DEUTSCHLAND UND CHINA



To download **Celebrity Marketing am Beispiel "L'Oréal". Vergleich Deutschland und China** eBook, remember to follow the web link below and download the file or gain access to other information which are have conjunction with CELEBRITY MARKETING AM BEISPIEL "L'ORÉAL". VERGLEICH DEUTSCHLAND UND CHINA ebook.

GRIN Verlag Gmbh Nov 2014, 2014. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 203x75x5 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2014 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, Cologne Business School Köln, Sprache: Deutsch, Abstract: Den gleichen Kaffee trinken wie George Clooney, das gleiche Parfum auftragen wie Julia Roberts oder den gleichen Renault fahren, den Sebastian Vettel fährt. Ein Stück Prominenz zum kaufen also (Schmid, S. 6, 2011). Das ist es, was viele Menschen sich wünschen und der Grund dafür warum Testimonials in der Werbekommunikation eine so große Rolle spielen. Während in Deutschland der Anteil an Werbespots mit Prominenten auf gerade einmal zehn bis 15 Prozent geschätzt wird, ist in China mit 25 Prozent und in Japan sogar nahezu die Hälfte der Werbung mit sogenannten Celebrities besetzt (Schmid, S. 6, 2011; Praet, S. 5, 2004). Das Meer an Werbespots, mit dem die Konsumenten tagtäglich überflutet werden, veranlasst Unternehmen diese Art der Kommunikationspolitik zu nutzen. Die Werbung mit Prominenten ist eine Alternative zu den normalen Werbespots und soll nach Möglichkeit Schlüsselreize bei den Konsumenten auslösen und so Wettbewerbsvorteile generieren (Nufer & Heider, S. 1, 2012). Im Rahmen dieser Arbeit werden die Rahmenbedingungen des Celebrity Marketings mit seinen Zielen, der Wirkung und die Risiken dieser Form der Kommunikationspolitik beschrieben. In Kapitel drei und vier geht es um die Frage, ob die Einteilung Hofstede's in individualistische und kollektivistische Länder einen Einfluss auf die Werbung mit Prominenten hat. Die praktische Analyse in Kapitel vier wird am Beispiel des Kosmetikprodukteherstellers L Oréal durchgeführt. Im anschließenden Fazit werden die Ergebnisse bewertet und mögliche Fragestellungen zur weiteren Ausarbeitung dieses Themas gegeben. 24 pp. Deutsch.



Read Celebrity Marketing am Beispiel "L'Oréal". Vergleich Deutschland und China Online



Download PDF Celebrity Marketing am Beispiel "L'Oréal". Vergleich Deutschland und China



Download ePub Celebrity Marketing am Beispiel "L'Oréal". Vergleich Deutschland und China

Other Books



[PDF] Psychologisches Testverfahren

Follow the hyperlink beneath to get "Psychologisches Testverfahren" file.

[Read Document »](#)



[PDF] Programming in D

Follow the hyperlink beneath to get "Programming in D" file.

[Read Document »](#)



[PDF] Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs

Follow the hyperlink beneath to get "Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs" file.

[Read Document »](#)



[PDF] The Pickthorn Chronicles

Follow the hyperlink beneath to get "The Pickthorn Chronicles" file.

[Read Document »](#)



[PDF] Have You Locked the Castle Gate?

Follow the hyperlink beneath to get "Have You Locked the Castle Gate?" file.

[Read Document »](#)



[PDF] The Java Tutorial (3rd Edition)

Follow the hyperlink beneath to get "The Java Tutorial (3rd Edition)" file.

[Read Document »](#)



[PDF] The Trouble with Trucks: First Reading Book for 3 to 5 Year Olds

Click the web link under to get "The Trouble with Trucks: First Reading Book for 3 to 5 Year Olds" PDF document.

[Save ePub »](#)



[PDF] Ohio Court Rules 2014, Practice Procedure (Paperback)

Click the web link under to get "Ohio Court Rules 2014, Practice Procedure (Paperback)" PDF document.

[Save ePub »](#)



[PDF] The L Digital Library of genuine books(Chinese Edition)

Click the web link under to get "The L Digital Library of genuine books(Chinese Edition)" PDF document.

[Save ePub »](#)



[PDF] TJ new concept of the Preschool Quality Education Engineering the daily learning book of: new happy learning young children (2-4 years old) in small classes (3)(Chinese Edition)

Click the web link under to get "TJ new concept of the Preschool Quality Education Engineering the daily learning book of: new happy learning young children (2-4 years old) in small classes (3)(Chinese Edition)" PDF document.

[Save ePub »](#)



[PDF] Fiendly Corners Series: Pizza Zombies - Book #2

Click the web link under to get "Fiendly Corners Series: Pizza Zombies - Book #2" PDF document.

[Save ePub »](#)



[PDF] TJ new concept of the Preschool Quality Education Engineering the daily learning book of: new happy learning young children (3-5 years) Intermediate (3)(Chinese Edition)

Click the web link under to get "TJ new concept of the Preschool Quality Education Engineering the daily learning book of: new happy learning young children (3-5 years) Intermediate (3)(Chinese Edition)" PDF document.

[Save ePub »](#)