

Zeitgemäßes Marketing



Volkhard Wolf

E-Marketing

2007 | 282 Seiten | Gebunden

€ 24,80

ISBN 978-3-486-58383-0

Schwierige Märkte setzen auch das Marketing unter Erfolgsdruck. Mit geringeren Budgets muss mehr erreicht werden. Einen Ausweg aus diesem Dilemma bietet das E-Marketing („Electronic“ Marketing oder auch Online Marketing genannt). Dabei werden marketingorientierte Geschäftsprozesse hauptsächlich oder ausschließlich online abgewickelt.

So werden beispielsweise heute im „Direct Marketing“ die Kunden zwar immer noch direkt angeschrieben – jetzt aber nicht mehr per „Gelber Post“ sondern per E-Mail. Die Vorteile von E-Marketing: geringere Kosten, höhere Effektivität und geringere Fehlerraten bei gleichzeitig verbessertem Marketing-Controlling.

In sehr moderner, anschaulicher Weise präsentiert der Autor die neuesten Erkenntnisse systematisch und mit treffenden Worten und Bildern.

Das Buch besticht inhaltlich durch eine umfassende und gleichzeitig kompakte Darstellung der relevanten Sachverhalte im E-Marketing. Gleichzeitig lädt das Erscheinungsbild des Buches geradezu zum Lesen ein: Eine Vielzahl von Abbildungen erleichtert das Lernen und Erarbeiten des Themengebietes.

Das Buch richtet sich an Studierende der Betriebswirtschaftslehre sowie an Praktiker, die vor der Entscheidung des optimalen Marketing-Mix stehen.



Prof. Dr. Volkhard Wolf ist seit 2001 Studiengangsleiter für den Studiengang Industrie / e-business an der Berufsakademie Mosbach.

www.oldenbourg.de

Pressereferat Wirtschafts- und Sozialwissenschaften – Mareike Kuttig
Oldenbourg Wissenschaftsverlag | Rosenheimer Str. 145 | 81671 München
Tel.: +49 89 45051-467 | Fax: +49 89 45051-292 | kuttig@oldenbourg.de
Alle Veröffentlichungen des Oldenbourg Verlags sind über den Buchhandel zu beziehen.
Bei Lieferung fallen Versandgebühren an. Rezensionsexemplare auf Anforderung.