



**Erstellung einer Kommunikations- bzw.  
Werbestrategie und deren marketingpolitischen  
Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines  
Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe  
20+ (German Edition)**

*Conny Wöhrlin, Christina Prieschl*

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# **Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition)**

*Conny Wöhrlin, Christina Prieschl*

**Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition)** Conny Wöhrlin, Christina Prieschl

Diplomarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,0, Südwestdeutsche Akademie für Marketing und Kommunikation, 56 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Als Grundlage der Diplomarbeit diente in Kapitel 1 das Briefing durch den Kunden. „Ein Briefing ist die Informationsgrundlage, die eine Werbeagentur oder Werbeabteilung von einem werbetreibenden Unternehmen zur Erarbeitung einer Werbekampagne erhält oder gemeinsam mit dem Unternehmen erarbeitet.“ Unsere Aufgabe war es, für ein Modehaus in Ludwigsburg in Kapitel 2 zunächst eine Situationsanalyse durchzuführen, die sowohl eine Unternehmensanalyse, als auch allgemein eine Markt- und Wettbewerbsanalyse wie auch eine Zielgruppenanalyse beinhaltet hat. Im Einzelnen wurden dann Eigenschaften des zu bewerbenden Unternehmens sowie neue Positionierungswünsche ausgewertet, um künftig auch eine jüngere Zielgruppe anzusprechen. Es folgte die Beschreibung der Werbezielgruppen durch Untersuchung des Informations-, Kauf- und Verwendungsverhalten der Zielgruppe. Dies haben wir in Kapitel 3 in einem Kundenportfolio dargestellt, was auch auf „Customer-Lifetime-Value“, Kundenbindung und –akquisition eingeht. Zudem die Betrachtung eines adäquaten Mediennutzungsverhalten und einer allgemein intensiven Kaufkraft der Zielpersonen als Voraussetzung. Angestrebt wurde dabei die Schaffung von Unique Advertising Proposition (UAP), die sinngemäß „einzigartige Werbeaussage“ und Unique Selling Proposition (USP) „eine Möglichkeit der Differenzierung“.

Unterstützend dazu haben wir eine Fragebogenanalyse erstellt, die sich in Kapitel 4 auf Kaufinteresse und Einstellung der Zielgruppe beruft und in Anlehnung an die „Allensbacher-Studien“, welche als Informationsquellen bezüglich des Markenbewusstseins und des Kaufinteresses einer Zielgruppe dienen, ausgewertet wurde. Die neu erarbeitete Positionierung befasst sich in Kapitel 5.1 mit einem neuen Werbekonzept inkl. Werbe- und Copystrategie bzw. Schaffung eines Corporate Designs und einer Corporate Identity, kampagnenbezogener Medienauswahl und neuer Werbemittelstrategie. Darüberhinaus werden die neuen Kommunikationsziele, -mittel und –instrumente in Bezug zum einzuhaltenden Zeitplan vorgestellt.. Zudem beschreiben wir in Kapitel 5.2 ein Verkaufsförderungs-Konzept sowie neue zielgruppenadäquate PR-Maßnahmen und den großen Bereich des Eventmarketings.



[Download Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie un ...pdf](#)



[Read Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie ...pdf](#)

**Download and Read Free Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren**

**marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage  
... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl**

---

## **Download and Read Free Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl**

---

### **From reader reviews:**

#### **Boris Hansen:**

Throughout other case, little folks like to read book Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition). You can choose the best book if you appreciate reading a book. As long as we know about how is important a book Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition). You can add understanding and of course you can around the world by a book. Absolutely right, simply because from book you can learn everything! From your country right up until foreign or abroad you will end up known. About simple point until wonderful thing it is possible to know that. In this era, we could open a book or maybe searching by internet unit. It is called e-book. You may use it when you feel bored to go to the library. Let's examine.

#### **Guadalupe Baxter:**

What do you in relation to book? It is not important along with you? Or just adding material when you really need something to explain what the ones you have problem? How about your free time? Or are you busy individual? If you don't have spare time to accomplish others business, it is gives you the sense of being bored faster. And you have free time? What did you do? Everyone has many questions above. They should answer that question because just their can do in which. It said that about reserve. Book is familiar on every person. Yes, it is correct. Because start from on pre-school until university need this particular Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) to read.

#### **Manuel Porter:**

This book untitled Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) to be one of several books that best seller in this year, here is because when you read this reserve you can get a lot of benefit onto it. You will easily to buy that book in the book store or you can order it via online. The publisher with this book sells the e-book too. It makes you more readily to read this book, since you can read this book in your Mobile phone. So there is no reason to you to past this guide from your list.

#### **Jackie Frost:**

Often the book Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenverweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+

(German Edition) has a lot of information on it. So when you check out this book you can get a lot of help. The book was authored by the very famous author. Tom makes some research before write this book. This specific book very easy to read you can get the point easily after perusing this book.

**Download and Read Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) Conny Wöhrlin, Christina Prieschl #CBZ7NMS89XI**

# **Read Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl for online ebook**

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl books to read online.

## **Online Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl ebook PDF download**

**Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl Doc**

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl Mobipocket

Erstellung einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und deren marketingpolitischen Umsetzung zur Zielgruppenwerweiterung eines Modehauses: Inklusive Umfrage ... der Zielgruppe 20+ (German Edition) by Conny Wöhrlin, Christina Prieschl EPub