



Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele



Download



Online Lesen

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

Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele

Marcus Stumpf, Iris Teufl

Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele Marcus Stumpf, Iris Teufl

 [Download Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfakto ...pdf](#)

 [Online lesen Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfak ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele Marcus Stumpf, Iris Teufl

Format: Kindle eBook

Kurzbeschreibung

Cause related Marketing (CrM) bezeichnet die Zusammenarbeit eines Unternehmens mit einer Non Profit-Organisation. Dazu zählt z. B. eine Unternehmenskampagne, die den Verkauf eines Produktes an eine Spende für eine „gute Sache“ koppelt. Marcus Stumpf und Iris Teufl ordnen den Begriff in den Themenbereich der Corporate Social Responsibility (CRS) ein und grenzen ihn von verwandten Begriffen ab. Die Autoren zeigen Chancen sowie Risiken bei der Implementierung auf und arbeiten die Erfolgsfaktoren für einen zielgerichteten Einsatz von CrM heraus. Konkrete Implikationen für die Unternehmenspraxis werden vorgestellt. Zur Veranschaulichung beschreiben sie detailliert CrM-Kampagnen sowohl aus Sicht von Profit-Unternehmen als auch aus Sicht sozialer Organisationen – wie z. B. Brauhaus Jever, Erdal/Frosch, Rotes Kreuz, Volkshilfe sowie WWF.

Kurzbeschreibung
Cause related Marketing (CrM) bezeichnet die Zusammenarbeit eines Unternehmens mit einer Non Profit-Organisation. Dazu zählt z. B. eine Unternehmenskampagne, die den Verkauf eines Produktes an eine Spende für eine „gute Sache“ koppelt. Marcus Stumpf und Iris Teufl ordnen den Begriff in den Themenbereich der Corporate Social Responsibility (CRS) ein und grenzen ihn von verwandten Begriffen ab. Die Autoren zeigen Chancen sowie Risiken bei der Implementierung auf und arbeiten die Erfolgsfaktoren für einen zielgerichteten Einsatz von CrM heraus. Konkrete Implikationen für die Unternehmenspraxis werden vorgestellt. Zur Veranschaulichung beschreiben sie detailliert CrM-Kampagnen sowohl aus Sicht von Profit-Unternehmen als auch aus Sicht sozialer Organisationen – wie z. B. Brauhaus Jever, Erdal/Frosch, Rotes Kreuz, Volkshilfe sowie WWF.

Cause related Marketing

Grundlagen – Erfolgsfaktoren – Praxisbeispiele

Cause related Marketing (CrM) bezeichnet die Zusammenarbeit eines Unternehmens mit einer Non Profit-Organisation. Dazu zählt z. B. eine Unternehmenskampagne, die den Verkauf eines Produktes an eine Spende für eine „gute Sache“ koppelt. Marcus Stumpf und Iris Teufl ordnen den Begriff in den Themenbereich der Corporate Social Responsibility (CRS) ein und grenzen ihn von verwandten Begriffen ab. Die Autoren zeigen Chancen sowie Risiken bei der Implementierung auf und arbeiten die Erfolgsfaktoren für einen zielgerichteten Einsatz von CrM heraus. Konkrete Implikationen für die Unternehmenspraxis werden vorgestellt. Zur Veranschaulichung beschreiben sie detailliert CrM-Kampagnen sowohl aus Sicht von Profit-Unternehmen als auch aus Sicht sozialer Organisationen – wie z. B. Brauhaus Jever, Erdal/Frosch, Rotes Kreuz, Volkshilfe sowie WWF.

Der Inhalt · Grundlagen und Instrumente des Cause related Marketing · Chancen und Risiken der Implementierung · Erfolgsfaktoren für den zielgerichteten Einsatz · Handlungsempfehlungen für die Praxis · konkrete CrM-Kampagnen als Fallbeispiele

Die Zielgruppe · Fach- und Führungskräfte in Non Profit-Organisationen · Fach- und Führungskräfte in den Bereichen Marketing und Produktmanagement in Unternehmen · Dozenten und Studierende der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Die Autoren Prof. Dr. Marcus Stumpf ist Fachbereichsleiter und Inhaber der Professur für „Marketing und Relationship Management“ am Studiengang Betriebswirtschaft der Fachhochschule Salzburg. Mag.a (FH) Iris Teufl ist Absolventin des Studiengangs Betriebswirtschaft der Fachhochschule Salzburg mit der Spezialisierung Marketing und Medienmanagement.

Download and Read Online Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele Marcus Stumpf, Iris Teufl #BXT7M6L41HQ

Lesen Sie Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl für online ebookCause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl Bücher online zu lesen.Online Cause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl ebook PDF herunterladenCause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl DocCause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl MobipocketCause related Marketing: Grundlagen - Erfolgsfaktoren - Praxisbeispiele von Marcus Stumpf, Iris Teufl EPub