

(Read free) Internationales Direktmarketing (German Edition)

Internationales Direktmarketing (German Edition)

Klaus Tim Meyer

*ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF*



 Download

 Read Online

#4213818 in eBooks 2009-11-02 2009-11-02 File Name: B00C7DBH00 | File size: 20.Mb

Klaus Tim Meyer : Internationales Direktmarketing (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Internationales Direktmarketing (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 2,7, Universitauml;t Bremen, Veranstaltung: Internationales Marketing Management, Sprache: Deutsch, Abstract: Die sich aufgrund der Globalisierung immer stauml;rker verauml;ndernde Weltwirtschaft mit der Folge einer steigenden Dynamik der Markt- und Wettbewerbsbedingungen sowie die Entwicklung von Verkauml;ufer- zu Kauml;ufermauml;rkten hat den Groszlig;teil der Unternehmen erkennen lassen, dass dem Aufbau von individuellen Kundenbeziehungen im 21. Jahrhundert eine immer wichtigere Bedeutung

zukommt. Märkte entwickeln sich rasant, und es wird jedes Marktsegment beziehungsweise jeder Marktanteil von den Unternehmen hart umkämpft. In einer Welt der Massenproduktion und der daraus resultierenden Kundenanonymität wird es einer Vielzahl von Kunden immer wichtiger, persönlich und individuell beraten und betreut zu werden. Der Kunde von heute ist anspruchsvoller geworden, denn er hat ganz spezielle Anforderungen und Bedürfnisse gegenüber dem jeweiligen Unternehmen als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen. Die Liberalisierung der Weltmärkte, für die sich zum Beispiel die WTO (Welthandelsorganisation) einsetzt, und auch die Liberalisierung innerhalb der Europäischen Union hat dazu geführt, dass Landesgrenzen für Unternehmen oft keine große Hürde mehr darstellen, um auf internationalen Märkten tätig zu werden. Diese Tätigkeiten können sich auf den Import bis zu Direktinvestitionen hin beziehen. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass Direktmarketing auch international, d. h. über die eigenen Grenzen hinweg gedacht und vollbracht wird, um auf den Weltmärkten erfolgreich und wettbewerbsfähig zu sein. Auch wenn das internationale Direktmarketing nicht mit den Ausgaben des nationalen Direktmarketing standhalten kann, entwickelt es sich dennoch zu einem wichtigen strategischen Partner für Unternehmen. Internationales Direktmarketing kann sich zum einen auf das klassische grenzüberschreitende Direktmarketing eines Unternehmens beziehen und zum anderen auf globale Marketing-Kampagnen multinationaler Unternehmen. Im Verlauf meiner Arbeit werde ich den Begriff internationales Direktmarketing genau erklären, Ziele und Erfolgsaussichten darlegen und darüber hinaus bestimmte Instrumente und Medien des internationalen Direktmarketing aufzeigen und analysieren. Die Besonderheiten des grenzüberschreitenden Direktmarketing werde ich anhand der bereits erwähnten Studie der Deutschen Post (Direkt Marketing Monitor) aus dem Jahr 2006 erläutern. Eine zusammenfassende Beurteilung meiner Ausführungen soll am Schluss abgegeben werden.