

Dieter Ahlert, Rainer Olbrich, Hendrik Schröder (Hrsg.)

Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement 2007

Shopper Research - Kundenverhalten im Handel

Deutscher Fachverlag
433 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86641-119-7

Zum Inhalt

„Was wissen wir eigentlich tatsächlich über unsere Kunden im Handel?“ – Diese Frage taucht auch bei erfahrenen Managern in Industrie und Handel immer wieder auf.

Das Handbuch „Shopper Research – Kundenverhalten im Handel“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese Frage konstruktiv aufzunehmen und den aktuellen Stand sowie die wichtigsten Innovationen im Bereich Shopper Research aufzuzeigen. Pragmatisch leitet es den Leser entlang der Phasen des Einkaufsprozesses der Kunden. Beginnend mit der Beurteilung und Wahl von Einkaufsstätten, führt es den Leser weiter über die Wahrnehmung von Ladengestaltung und Warenpräsentation, die Wirkung von Sortimenten, Werbung und Preisen, den persönlichen Verkauf bis hin zu den Zahlungsmodalitäten.

Das hochaktuelle, praxisbezogene Werk aus der Edition Lebensmittel Zeitung wendet sich zuvorderst an Manager in Industrie und Handel, die über die Ausrichtung eines Produktes, einer Produktlinie oder gar des ganzen Unternehmens auf den Kunden zu entscheiden haben bzw. am Entscheidungsprozess beteiligt sind.

