

Virales Marketing: Grundelemente Und Ziele - , S. Prinz

[DOWNLOAD HERE](#)

In der allgemeinen Informationsflut, die heute besteht, steigt auch die Dichte der Werbung immer mehr an. Das Filtern und Aufnehmen, der für den Menschen richtigen Information, gewinnt im Arbeitsalltag genau wie zu Hause stetig an Bedeutung. Doch wie schaut es bei der Werbeinformation aus? Immer mehr Marken, Produkte und Produktvariationen drängen von Seiten der Anbieter auf den Markt und all diese sollen sich möglichst tief im Gedächtnis des Konsumenten festsetzen. So stellen sich das zumindest die Werber vor. Doch der Verbraucher weiß oft schon gar nicht mehr, wo und was er kaufen soll bzw. welcher Marke er vertrauen kann. Werbeblöcke im Fernsehen werden deshalb mehr und mehr bewusst ignoriert, Zeitschriften- und Zeitungsanzeigen werden überblättert. Der Mensch schaltet bei soviel Werbung, wie ihm täglich vorgesetzt wird, einfach ab. Auch die Effizienz von Online-Werbung, beispielsweise durch Werbebanner auf Webseiten, sinkt rapide. Wie kann das Marketing bei dieser Werbedichte noch Vertrauen zur eigenen Marke aufbauen und Produkte vermarkten? Eine Lösung heißt Mund-zu-Mund Propaganda. Sie kann effizient und kostengünstig eingesetzt werden, denn die gesendete Botschaft verbreitet sich unter den Konsumenten in der Regel wie von selbst. Mit der steigenden Relevanz von elektronischen Märkten im World Wide Web hat gerade in diesem Bereich die Form der mündlichen Werbung stark zugenommen. Der größte Vorteil besteht darin, dass die Empfehlung einer Marke oder eines Produktes meist von einem Freund oder Bekannten kommt. Die Beratung ist deshalb besonders glaubhaft. Der Mehrwert oder eine wertvolle Information werden viel eher erkannt als bei einer herkömmlichen Werbebotschaft. Die Nachricht wird vom Empfänger nicht als überflüssig empfunden. Es kann jedoch auch vorkommen, dass negative Informationen auf diesem Weg verbreitet werden. Neben dem enormen Potential ist also auch eine Bedrohung durch diese Art der Kommunikation zu erkennen. Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Note: 1,7, Hochschule der Medien Stuttgart, Veranstaltung: Unternehmenskommunikation 3, 15 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch. Author: Hätschele, B. Author: Prinz, S. Author: Wegmann, P. Publisher: GRIN Verlag Illustration: N Language: GER Title: Virales Marketing: Grundelemente und Ziele Pages: 00035

[DOWNLOAD HERE](#)

Similar manuals:

[CliffsTestPrep CSET: Social Science - , Shana Pate](#)

[Philosophy Of Social Science - Alexander Rosenberg](#)

[A Tale Of Two Cultures: Qualitative And Quantitative Research In The Social Sciences - , James Mahoney](#)

[Advances In Social Science Research Using R](#)

[Cambridge Handbook Of Social Sciences In Australia](#)

[Causality And Causal Modelling In The Social Sciences](#)

[Children, Social Science, And The Law](#)

[Collected Papers V. Phenomenology And The Social Sciences](#)

[Computational And Mathematical Modeling In The Social Sciences](#)

[Continental Philosophy Of Social Science](#)

[Economic Concepts For The Social Sciences](#)

[Indigeneity And Universality In Social Science](#)

[Making Social Science Matter](#)

[Measurement For The Social Sciences](#)

[No Social Science Without Critical Theory](#)

[Quantitative Tour Of The Social Sciences](#)

[Realist Philosophy Of Social Science](#)

[Social Science Libraries](#)

[Social Science Of Hayek's The Sensory Order](#)

[Undertaking Sensitive Research In The Health And Social Sciences](#)

[Social Science Research Methodology: Concepts, Methods And Computer Applications](#)

[Multiple Regression Analysis: Key To Social Science Research](#)

[Interdisciplinary Academic Essays - Humanities, Arts, Education, Social Sciences](#)

[Excel 2007 For Social Science Statistics](#)

[Excel 2010 For Social Science Statistics](#)

[Social Science And Political Practice In International Relations](#)

[Social Inequality, Analytical Egalitarianism And The March Towards Eugenic Explanations In The Social Sciences](#)

[Bayesian Analysis For The Social Sciences](#)

[Blackwell Guide To The Philosophy Of The Social Sciences](#)

[The Social Worker'S Guide To The Social Sciences: Key Concepts - , Martin Thomas](#)

[Nation, Culture, Text: Australian Cultural And Media Studies](#)

[De-Westernizing Media Studies](#)

[Marxism And Realism: A Materialistic Application Of Realism In The Social Sciences - Sean Creaven](#)

[Communication, Cultural And Media Studies: The Key Concepts - John Hartley](#)

[The Idea Of A Social Science And Its Relation To Philosophy - Peter Winch](#)

[Communication, Cultural And Media Studies: The Key Concepts - John Hartley](#)

[An Introduction To Qualitative Research Synthesis: Managing The Information Explosion In Social Science Research - , Maggi Savin-Baden](#)

[Media Studies: The Basics - Julian McDougall](#)

[Environmental Social Sciences](#)

[The Philosophy Of Social Science - Martin Hollis](#)

[Social Science Concepts - Gary Goertz](#)

[A Most Human Enterprise: Controversies In The Social Sciences - , John F. Galliher](#)

[A Most Human Enterprise: Controversies In The Social Sciences - , John F. Galliher](#)

[Teaching Research Methods In The Social Sciences](#)

[Searchers, Seers, And Shakers: Masters Of Social Science - James A. Schellenberg](#)

[Virtual Decisions: Digital Simulations For Teaching Reasoning In The Social Sciences And Humanities](#)

[Shaky Foundations: The Politics-Patronage-Social Science Nexus In Cold War America - Mark Solovey](#)

[Natural Experiments In The Social Sciences - Thad Dunning](#)

[Methodology Of Social Sciences: Max Weber](#)

[Self-Observation In The Social Sciences](#)