



Universität St.Gallen

## Interaktives Marketing : Neue Wege zum Dialog mit Kunden

Christian Belz, Marcus Schögel, Oliver Arndt & Verena Walter (editore)

Interaktives Marketing nutzt neue Zugänge zu den Märkten. Bisher dominierte die Kommunikation von Unternehmen an Kunden, heute spielt zunehmend der Dialog eine Rolle, auch zwischen Kunden oder innerhalb Communities. Web 2.0, Blogs oder Kundennetzwerke verunsichern Verantwortliche in Kommunikation und Marketing. Dieses Buch gibt eine Orientierung und zeigt die Chancen.

<b>parole chiave</b>	Interaktives Marketing
<b>tipo</b>	libro (Deutsch)
<b>data di apparenza</b>	2008
<b>Editore</b>	Gabler (Wiesbaden)
<b>ISBN</b>	978-3-8349-0740-0
<b>pagine</b>	545