

UNGEPLANTE KÄUFE - ÜBER DEN IMPULSKAUF



To download **Ungeplante Käufe - Über den Impulskauf** PDF, make sure you click the link beneath and download the file or get access to additional information which might be relevant to UNGEPLANTE KÄUFE - ÜBER DEN IMPULSKAUF ebook.

GRIN Verlag GmbH Aug 2008, 2008. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, Georg-August-Universität Göttingen (Institut für Marketing und Handel), Veranstaltung: Käuferverhalten, 19 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Es gibt oft Unterschiede zwischen dem, was die Kunden sagen und was sie tun, zwischen dem was sie tun und was sie im Innersten wirklich wollen, und zwischen dem, was sie sich vornehmen und was sie aufgrund einer Sinnesänderung in letzter Minute dann tatsächlich tun (vgl. Kotler/Bliemel 1992: S. 300). Menschen fällen jeden Tag eine Vielzahl von Kaufentscheidungen. So kaufen sie oft bestimmte Produkte zum wiederholten Male, wie Duschgel oder Lebensmittel, manche aber auch nur einmal im Leben, wie z.B. ein Haus oder ein teures Auto. Solche Kaufentscheidungen laufen nicht immer nach dem gleichem Mustern ab. Über den Kauf von manchen Produkten macht man sich wochenlang Gedanken, wägt die möglichen Vor- und Nachteile ab, über andere Kaufentscheidungen denkt man gar nicht nach. Man geht durch den Laden und findet gleich das richtige Produkt. Das Wissen darüber, wie Käufer Entscheidungen treffen, ist von elementarer Bedeutung in der Markt- und Werbepsychologie. Nur wer über dieses Wissen verfügt, ist in der Lage den Konsumenten zur richtigen Zeit und in der richtigen Weise die richtige Art von Informationen zu vermitteln (vgl. Fill 2001: S. 115). Eine dänische Studie zum Beispiel ergab, dass neun von zehn Kunden beim Einkauf nur etwa zwei Drittel der gekauften Waren zuvor geplant hatten, die restlichen Produkte waren Spontankäufe (vgl. Solomon et al. 2001: S. 297). Laut einer Studie werden in Deutschland 55% aller Kaufentscheidungen vor Ort, also direkt am Point of Sale (POS) getroffen (Point of Purchase Advertising International, 1999). Die verschiedenen...



[Read Ungeplante Käufe - Über den Impulskauf Online](#)



[Download PDF Ungeplante Käufe - Über den Impulskauf](#)

See Also



[PDF] Psychologisches Testverfahren

Click the web link beneath to read "Psychologisches Testverfahren" file.

[Read PDF](#)

»



[PDF] Programming in D

Click the web link beneath to read "Programming in D" file.

[Read PDF](#)

»



[PDF] Studyguide for Constructive Guidance and Discipline: Preschool and Primary Education by Marjorie V. Fields ISBN: 9780136035930

Click the web link beneath to read "Studyguide for Constructive Guidance and Discipline: Preschool and Primary Education by Marjorie V. Fields ISBN: 9780136035930" file.

[Read PDF](#)

»



[PDF] Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs

Click the web link beneath to read "Adobe Indesign CS/Cs2 Breakthroughs" file.

[Read PDF](#)

»



[PDF] Carmilla

Click the web link beneath to read "Carmilla" file.

[Read PDF](#)

»



[PDF] Have You Locked the Castle Gate?

Click the web link beneath to read "Have You Locked the Castle Gate?" file.

[Read PDF](#)

»