

Insight für Professionals – Schriften zu Dialogmarketing ‘revisited’

F&E im Marketing

Dialogmarketing ‘revisited’ ist ein grosses Entwicklungsprojekt der Universität St.Gallen, unter der Leitung von Prof. Dr. Ch. Belz und H.-P. Künzler gemeinsam mit fünf weiteren Fachexperten und rund dreissig Unternehmenspartnern. Ziel ist es, eingefahrene Rituale im Marketing zu erkennen und neue Lösungen für grosse Fortschritte im Dialog von Unternehmen und Institutionen mit ihren Kunden zu entwickeln. Anspruch sind Durchbrüche und nicht nur marginale Verbesserungen, die sich gewinnbringend auch auf verschiedene Märkte anwenden lassen.

Folgende sieben Schriften geben einen wertvollen Einblick in bisherige Ergebnisse und Praxisfälle. Leser und Anwender profitieren von den durchgeführten Workshops, Expertengesprächen, Beiträgen in Zeitschriften und Newslettern, Projektreviews, Best Practice Treffen, anwendungsfeldübergreifenden Tagungen, Forschungsseminaren an der Universität St.Gallen und schriftlichen Kundenbefragungen.

Einzelne Schriften können zu je CHF 60.– (EUR 38.–),
alle 7 Schriften für CHF 360.– (EUR 228.–)
unter www.thesis.ch oder
imhhs@unisg.ch bestellt werden.



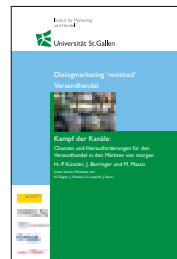
No. 4: Einzelhandel – Optionen des neuen Dialogs für den Einzelhandel: Dritter Weg, Cross Media und Kooperationen

Hauptautor: M. Rutschmann,
40 Seiten



No. 1: Financial Services – Das Yin und Yang des Dialogmarketing

Hauptautoren:
Ch. Oggenfuss und R. Studer
36 Seiten



No. 5: Versandhandel – Kampf der Kanäle: Chancen und Herausforderungen für den Versandhandel in den Märkten von morgen

Hauptautoren: H.-P. Künzler,
J. Barringer und M. Masso
104 Seiten



No. 2: Medien – Einstieg für erfolgreiche Medienanbieter: Glaubenssätze, Veränderungen und Stellhebel in den Medienmärkten von morgen

Hauptautoren: H.-P. Künzler,
E. Häusler und M. Bächle
132 Seiten



No. 6: Nonprofit-Organisationen – Echtes Engagement ist der Gewinn: Wie Nonprofit- Organisationen ihren Dialog effektiver gestalten

Hauptautor: Th. Peter
44 Seiten



No. 3: Konsumgüter – Evolutionsprozesse im Marketing für Hersteller von Konsumgütern

Hauptautor: H.-P. Künzler
80 Seiten



No. 7: B2B-Marketing – Smart Account Management im Business-to-Business- Marketing: Erfolg mit kleinen Geschäften

Hauptautoren: Ch. Belz und
Ch. Schmitz
136 Seiten