

Werner Pepels

Werbung und Absatzförderung

Kommunikation

Werbeziel

Werbeobjekt

Werbebudget

Absatzquelle

Zielpersonengruppe

Kampagne

Marktsegmentierung

Werbemedien

Werbeeffizienz

GABLER

Inhalt

Der Kommunikationsbegriff	1
1.1 Die Entstehung von Kommunikation.	1
1.1.1 Ebene.	1
1.1.2 Inhalt	2
1.1.3 Richtung.	4
1.2 Der Ablauf von Kommunikationsprozessen.	5
1.3 Die Arten der Kommunikation.	9
1.3.1 Begriffsabgrenzungen.	9
1.3.2 Anforderungen.	13
1.4 Die Kategorien der Werbung.	17
1.5 Der Markenartikel.	27
1.5.1 Markeninhalte und Markeneigenschaften.	27
1.5.2 Markenpersönlichkeit	32
Die Voraussetzungen der Kommunikationsarbeit ..	41
2.1 Die Analyse des Angebotsumfelds.	41
2.2 Die Bestimmung der Werbeziele.	43
2.3 Die Bestimmung der Werbeobjekte.	48
2.4 Die Bestimmung des Werbebudgets.	54
Das Konzipieren von Kampagnen	67
3.1 Die Definition der Absatzquelle.	67
3.1.1 Bisher nicht marktwirksame Kaufkraft..	68
3.1.2 Anderweitig marktwirksame Kaufkraft .	71
3.1.3 Fremdmarkengebundene Kaufkraft	75
3.1.4 Eigenmarkengebundene Kaufkraft	78

3.2	Die Definition der Zielpersonengruppe	82
3.2.1	Psychologische Partialmodelle des Käuferverhaltens.	83
3.2.2	Soziologische Partialmodelle des Käuferverhaltens.	93
3.2.3	Gewerbliche Beschaffung	100
3.2.4	Käuferdefinition.	103
3.3	Die Definition der Zielangebotsposition	104
3.3.1	Anlässe der Zielangebots- positionierung	104
3.3.2	Entwicklung der Zielangebots- positionierung	106
3.3.3	Optionen der Zielangebots- positionierung	109
3.4	Das Kampagnenformat	115
3.4.1	Konzeptdefinitionen	115
3.4.2	Copy-Strategie.	119
	 Die Kommunikationsstrategie	 123
4.1	Die Marktsegmentierung	123
4.2	Die Werbeeffizienzmessung	127
	 Der Medieneinsatz bei Klassischer Werbung	 143
5.1	Die Mediaplanung	143
5.2	Die Mediadurchführung	160
	 Der Medieneinsatz bei Nicht-klassischer Werbung	 163
6.1	Die Verkaufsförderung	163
6.2	Die Öffentlichkeitsarbeit	167
6.3	Die Akzidenzwerbung	174
6.4	Die Neuen Medien	185
6.5	Die Schauwerbung	186

6.6 Die Verkaufsliteratur	193
6.7 Die Direktansprache	194
6.8 Die Integrierte Kommunikation	198
Literaturverzeichnis	200
Stichwortverzeichnis	203