

Vorschau 5 | 2012

Kundeninspiration



Rationale Kaufprozesse weichen nach der neueren Gehirnforschung einem eher emotional geprägten Kaufverhalten. Erlebniskäufer verdrängen in vielen Einkaufssituationen den vernunftgesteuerten Zielkäufer. Kunden suchen nicht mehr nur Produkte, sondern Lösungen. Da mit der Entwicklung neuer Technologien und der mobilen Nutzung des Internets mehr Markenkontaktpunkte entstehen, verläuft der Kaufprozess zudem sprunghafter. So gewinnen die letzten Minuten vor einer Kaufentscheidung in Verkaufsstellen, im Internet und in der Zusammenführung beider Kanäle an Bedeutung. Für „Marketers“ entsteht die Herausforderung, mithilfe von Inspiration aus Kunden Käufer zu machen. Es gilt das Konzept der Kundenzufriedenheit, um den Ansatz der Kundeninspiration zu erweitern. Die fünfte Ausgabe der Marketing Review nähert sich diesem Ansatz aus theoretischen und praktischen Perspektiven. Autoren aus Wissenschaft und Praxis diskutieren Auslöser, Folgen, Hintergründe und verschiedene Formen der Kundeninspiration im Hinblick auf aktuelle Chancen und Herausforderungen im Einkaufsverhalten.

Impressum

Marketing Review St. Gallen

Die neue Thexis –
Fachzeitschrift für Marketing
www.marketingreview.ch
Ausgabe 4 | 2012 | 29. Jahrgang
ISSN 1865-6544

Verlag

Springer Gabler | Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden
www.springer-gabler.de
Amtsgericht Wiesbaden | HRB 9754
USt-IdNr. DE811148419

Geschäftsführer

Dr. Ralf Birkelbach (Vors.)
Armin Gross | Albrecht F. Schirmacher

Gesamtleitung Anzeigen und Märkte

Armin Gross

Gesamtleitung Marketing und Individual Sales

Rolf-Günther Hobbeling

Gesamtleitung Produktion

Christian Staral

Herausgeber

Prof. Dr. Christian Belz
Prof. Dr. Thomas Bieger
Prof. Dr. Andreas Herrmann
Prof. Dr. Sven Reinecke
Prof. Dr. Thomas Rudolph
Prof. Dr. Marcus Schögel
Prof. Dr. Torsten Tomczak
Prof. Dr. Dirk Zupancic

Redaktionsleitung

Universität St. Gallen
Dipl.-Kffr. Jasmin Eberharter
Tel.: +41 (0)71 2247159
jasmin.eberharter@unisg.ch

Verlagsmitarbeiterin

Karin Halder

Redaktionsleitung Springer Gabler

Barbara Roscher
Tel.: +49 (0)611 7878-233
barbara.roscher@springer.com

Redaktion

Annelie Meisenheimer
Tel.: +49 (0)611 7878-232
annelie.meisenheimer@springer.com

Kundenservice

Springer Customer Service GmbH
Springer Gabler-Service
Haberstr. 7 | D-69126 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 345-4303
Fax: +49 (0)6221 345-4229
Montag – Freitag 8.00 Uhr – 18.00 Uhr
springergabler-service@springer.com

Produktmanagement

Melanie Engelhard-Gökalp
Tel.: +49 (0)611 7878-315
melanie.engelhard-goekalp@springer.com

Verkaufsleitung Anzeigen

Carolin Habermann
Tel.: +49 (0)611 7878-211
Fax: +49 (0)611 7878-78211
carolin.habermann@best-ad-media.de
Anzeigenpreise: Es gelten die Media-
informationen vom 01.10.2009

Anzeigendisposition

Michaela Friedt
Tel.: +49 (0)611 7878-618
Fax: +49 (0)611 7878-443
michaela.friedt@best-ad-media.de

Layout und Produktion

Markus Paulus
Tel.: +49 (0)611 7878-171
markus.paulus@springer.com

Titelbild

© istock.com

Bezugsmöglichkeit

Das Heft erscheint sechsmal jährlich.
Bezugspreise Print + Online (inkl. MwSt. und Versand): Deutschland: 155,- EUR, Schweiz: 208,- CHF, Weltweit: 208,- EUR; für Studenten: Deutschland: 98,- EUR, Schweiz: 131,- CHF, Weltweit: 105,- EUR.

Bezugspreise E-Paper/Online only (inkl. MwSt): Weltweit: 133,- EUR, für Studenten 80,- EUR.

Jedes Abonnement beinhaltet eine Freischaltung für das Online-Archiv. Der Zugang gilt ausschließlich für den einzelnen Empfänger des Abonnements. Für eine Freischaltung des Unternehmens/Bibliothek/Institution wenden Sie sich bitte an Rüdiger Schwenk: Tel. +49 (0)611 7878-357 | ruediger.schwenk@springer.com.

Das Abonnement kann jederzeit zur nächsten erreichbaren Ausgabe schriftlich mit Nennung der Kundennummer gekündigt werden. Eine schriftliche Bestätigung erfolgt nicht. Zuviel gezahlte Beträge für nicht gelieferte Ausgaben werden zurückerstattet.

Druck und Verarbeitung

Stürtz, Würzburg

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in elektronischen Systemen. Nachdruckgenehmigung kann die Redaktion erteilen. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Rezensionsex-

emplare wird nicht gehaftet. Jede im Bereich eines gewerblichen Unternehmens hergestellte oder benutzte Kopie dient gewerblichen Zwecken gem. § 54-(2)-UrhG und verpflichtet zur Gebührenzahlung an die VG WORT, Abteilung Wissenschaft, Goethestr. 49, 80336 München, von der die einzelnen Zahlungsmodalitäten zu erfragen sind. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-Rom und allen anderen elektronischen Datenträgern.

Hinweise für Autoren

Der Autor ist mit der Veröffentlichung seines Beitrags damit einverstanden, dass sein Beitrag außer in der Zeitschrift auch durch Lizenzvergabe in anderen Zeitschriften (auch übersetzt), durch Nachdruck in Sammelbänden (z. B. zu Jubiläen der Zeitschrift oder des Verlages oder in Themenbänden), durch längere Auszüge in Büchern des Verlages auch zu Werbezwecken, durch Vervielfältigung und Verbreitung auf CD-ROM oder anderen Datenträgern, durch Speicherung auf Datenbanken, deren Weitergabe und den Abruf von solchen Datenbanken während der Dauer des Urheberrechtsschutzes an dem Beitrag im In- und Ausland vom Verlag und seinen Lizenznehmern genutzt wird.

© Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+ Business Media.