

(Read ebook) 3 Tools fr das Markencontrolling mit Excel 2010: Ratgeber

3 Tools fr das Markencontrolling mit Excel 2010: Ratgeber

Von Kristoffer Ditz

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #1557438 in eBooksVerffentlicht am: 2014-05-20Erscheinungsdatum: 2014-05-20File Name: B00KGZD5O2 | File size: 35.Mb

Von Kristoffer Ditz : 3 Tools fr das Markencontrolling mit Excel 2010: Ratgeber before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised 3 Tools fr das Markencontrolling mit Excel 2010: Ratgeber:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. sehr gut erklrt, leicht verstndlichVon OstfriesenkindDas Buch beschreibt wirklich jeden Schritt sehr detailliert. Insbesondere das Markenportfolio mit den automatisch wechselnden Farben hat es in sich. Das htte ich schon 3 Jahre eher gebrauchen knnen. Alles in allem ist das Buch sehr gut erklrt und auch fr unerfahrene Excelanwender leicht verstndlich. Ich wrde das Buch auf alle Ffle weiterempfehlen.0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.

Wer auf dem Gebiet Markencontrolling Bedarf hat findet eine tolle Unterstützung von Frank Hager. Einfacher und strukturierter Aufbau. Sehr gute finde ich die einzelnen Schritte, anschaulich durch Screen Shots beschrieben. Jeder der ausreichend Grundkenntnisse in Excel hat sollte die angebotenen Tools umsetzen und nutzen können. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Einwandfrei von LEY Jochenbersichtliches und gut nachvollziehbares Tool. Detailliert und trotzdem auf das Wesentliche beschränkt. Die Erklärungen sind prima und ich erreichte damit das gewünschte Ergebnis: Einwandfrei und daher empfehlenswert.

Kurzbeschreibung In vielen Büchern über das Marketing begegnet uns der Satz Die Macht der Marke. Stimmt das? Haben Marken Macht? Fakt ist, dass Marken auf mittel- bis langfristige Sicht zum Erfolg des Unternehmens führen sollen. Die Aufgabe des Markenmanagements ist es hier, die richtigen Marken auszuwählen, die auf die Kundenbedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind. Doch wie werden die richtigen Marken ausgewählt? Hier ist eine Vielzahl von Kriterien notwendig, die berücksichtigt werden müssen, um im Anschluss analysiert werden. Damit aus den Analysen keine Fehlentscheidungen getroffen werden, benötigen die verantwortlichen Mitarbeiter aus dem Marketing und Produktmanagement effektive Tools. Auf den folgenden Seiten wird der Aufbau von 3 Analyse-Tools Schritt für Schritt mit Excel 2010 erklärt: 1) ABC-Analyse 2) Marken-Portfolio 3) Bewertungs-Analyse

Kurzbeschreibung In vielen Büchern über das Marketing begegnet uns der Satz Die Macht der Marke. Stimmt das? Haben Marken Macht? Fakt ist, dass Marken auf mittel- bis langfristige Sicht zum Erfolg des Unternehmens führen sollen. Die Aufgabe des Markenmanagements ist es hier, die richtigen Marken auszuwählen, die auf die Kundenbedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind. Doch wie werden die richtigen Marken ausgewählt? Hier ist eine Vielzahl von Kriterien notwendig, die berücksichtigt werden müssen, um im Anschluss analysiert werden. Damit aus den Analysen keine Fehlentscheidungen getroffen werden, benötigen die verantwortlichen Mitarbeiter aus dem Marketing und Produktmanagement effektive Tools. Auf den folgenden Seiten wird der Aufbau von 3 Analyse-Tools Schritt für Schritt mit Excel 2010 erklärt: 1) ABC-Analyse 2) Marken-Portfolio 3) Bewertungs-Analyse