

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Den unbewussten Konsumenten verstehen – marketingrelevante Erkenntnisse und Methoden der Neurowissenschaften. ....</b>	<b>1</b>
	Christoph Kwiatkowski	
<b>2</b>	<b>Wissensmanagement 4.0 – Neue Technologien ebnen den Weg zu nachhaltiger Marktforschung. ....</b>	<b>17</b>
	Jessica Seidenstücker	
<b>3</b>	<b>„Shopper Research“ als moderne Ausprägung der qualitativen Marktforschung. ....</b>	<b>37</b>
	Peter Runia und Frank Wahl	
<b>4</b>	<b>Dialogorientierte qualitative Online-Forschung. ....</b>	<b>55</b>
	Anna Schneider	
<b>5</b>	<b>Online- versus mobile Umfragen in der Marktforschung. ....</b>	<b>73</b>
	Oliver Gansser und Sabrina Zimmermann	
<b>6</b>	<b>Potenziale von Location-based Services für die Marktforschung. ....</b>	<b>93</b>
	Oliver Gansser und Bianca Krol	
<b>7</b>	<b>Biometrische Messung in der Produktmarktforschung. ....</b>	<b>111</b>
	Jürgen Meixner	
<b>8</b>	<b>Dem Publikum in die Augen schauen. ....</b>	<b>129</b>
	Aleksa Möntmann-Hertz und Hans-Peter Gaßner	
<b>9</b>	<b>Eye-Tracking zur empirischen Validierung von Celebrity Endorsement. ....</b>	<b>151</b>
	Joachim Riedl, Anna-Katharina Pleier und Sebastian Zips	
<b>10</b>	<b>Berücksichtigung der Psycho-Physiognomik bei der Auswahl von Werbegesichtern in der Marktforschung. ....</b>	<b>169</b>
	Oliver Gansser und Elena Taube	

<b>11 Mediaeffektivitätsanalysen: Analysen für Webkampagnen erweitert durch CRM</b> .....	191
Jörg Reinnarth	
<b>12 Die Möglichkeiten der Werbewirkungsmessung und Mediaoptimierung vor dem Hintergrund der Parallelnutzung von TV und Internet.</b> .....	207
Andreas Steinrücke	
<b>13 „Big Data“ und Kundenzufriedenheit: Befragungen versus Social Media?</b> .....	229
Bernd Schönebeck und Eva-Maria Skottke	
<b>14 Der Einsatz von Text Mining zur Bestimmung des Diffusionsprozesses von Produkten</b> .....	247
Stefan Ebener und Monika Ebener	
<b>Die Herausgeber</b> .....	273

Moderne Methoden der Marktforschung

Kunden besser verstehen

Gansser, O.; Krol, B. (Hrsg.)

2017, VIII, 280 S. 83 Abb., 18 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-09744-8