

Retail marketing

Kniha, která je klíčovou oborovou monografií pro praxi retail marketingu i základní vysokoškolskou učebnicí, se zabývá využitím moderních marketingových poznatků v oblasti retailingu - v obchodním podnikání. Vzhledem ke snaze obchodních firem udržet si zákazníky a získat nové se zaměřuje především na chování spotřebitele, tržní segmentaci, CRM a otázky budování značky. Podrobně jsou vysvětleny různé formy komunikačních technik z hlediska jejich uplatnění v retailingu, včetně nových trendů využití on-line komunikace. Publikace je doplněna řadou názorných praktických příkladů a ilustrací.