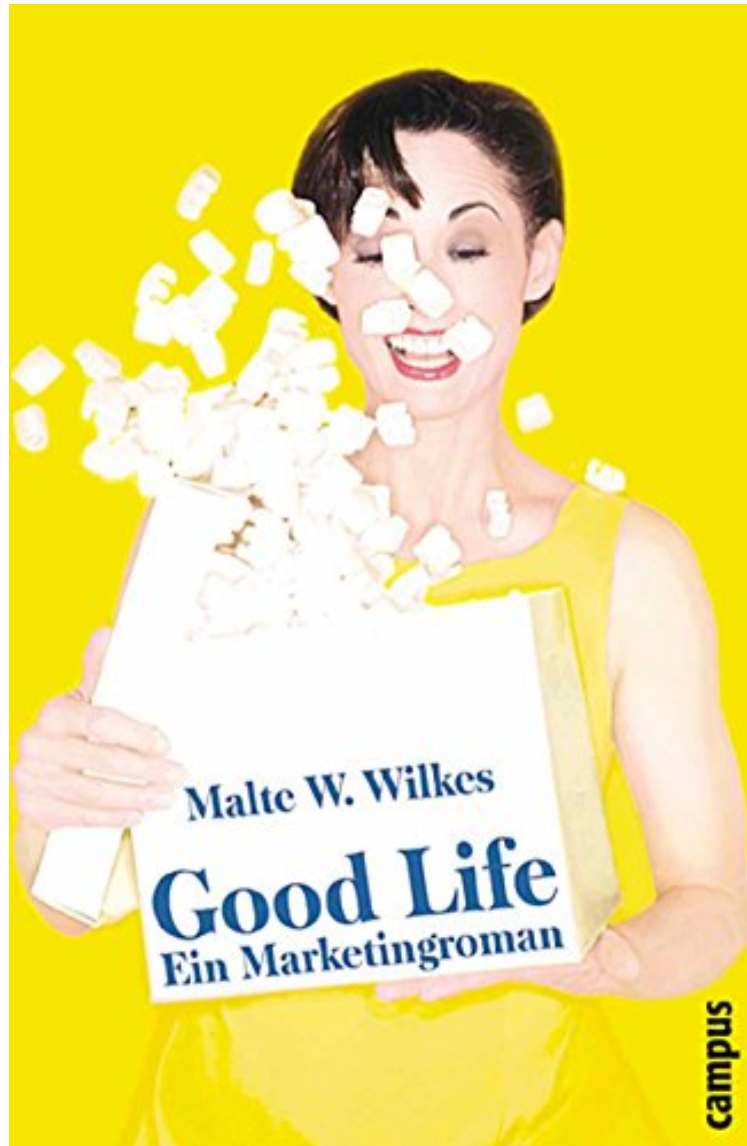


(Library ebook) Good Life: Ein Marketingroman

Good Life: Ein Marketingroman

Von Malte W. Wilkes

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #386852 in eBooks Veröffentlicht am: 2002-08-19 Erscheinungsdatum: 2002-08-19 File Name: B004WN85US | File size: 49.Mb

Von Malte W. Wilkes : Good Life: Ein Marketingroman before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Good Life: Ein Marketingroman:

Kundenrezensionen Hilfreichste Kundenrezensionen 8 von 8 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Lese es noch einmal Von Mr Tompkins Bei Good Life handelt es sich um einen Roman der en passant Wissen ber Marketing vermittelt. Ein Unternehmensberater bernimmt einen Auftrag bei dem sich die Chance bietet eine alte Rechnung mit einem frheren Freund zu begleichen. Zwischen den verschiedenen Erfolgen und Rckschlgcn innerhalb seiner

Kampagne werden dem Leser die verschiedenen Felder des Marketing aufgezeigt und sehr viel Spezialwissen elegant eingefügt. Beim ersten Mal habe ich es einfach gelesen und genossen. Der Marketingbezug ist natürlich aufgefallen und konnte den Lesegenuss nur noch zusätzlich steigern. Beim zweiten und dritten Mal habe ich etwas mehr die fachspezifischen Seiten betrachtet und wurde wiederum nicht enttäuscht. Jetzt fehlt nur noch das Sezieren des Buches und ich weiß nicht wie oft ich es noch einfach nur gesslich lesen werde. Erwähnen Sie in meiner Gegenwart dieses Buch und Sie werden mich lcheln sehen. 6 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Der 5 Ebenen-Roman Von Ein Kunde In der bekannten Ebene 1 ist es ein pffiger, spannender und belletristisch ausgerichteter Roman. Es macht Spaß, die oft verblffende und doch realittsnahe Business-Story zu lesen. In der offenen (weil als Marketingroman ausgeschrieben) Ebene 2 lernt man (und das ist die Absicht) mehr als in manchem Lehrbuch über hochmodernes Marketing des Jahres 2003. Vllig verblfft hat mich, da ich in der 3. Ebene Jazz-Musiker "kennengelernt" habe. Meistens handelt es sich um New Orleans-Jazz und Swing - ich habe mir die CDs der heute lebenden Musiker bestellt und diese uneingeschrnkt genossen. Vllig neu war mir auch die Ebene 4, die der kraftvollen Ernhrungsmedizin. Sie ist nicht nur Nahrungsergänzung, sondern echte Therapie bei sehr komplizierten Erkrankungen. Das fhrte mich zur Ebene 5, die im Roman einbetteten Informationen zu Krebs und Krebspsychologie. In der eigenen Familie betroffen habe ich in einem Marketingroman (!) einen vllig neuen Blick zur Krebserkrankungen bekommen und das hat mir sehr geholfen. Ein Roman, der eine Schatztruhe ist, ist eine ausgesprochene Raritt. Ich werde ihn sicherlich noch mehrmals lesen, fr den Fall, da ich neben der Story noch eine weitere aufregende Ebene entdecke. Ich bin mit diesem zunchst vordergrndigen Marketingroman eine niemals Ende Liebe eingegangen. 7 von 7 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine gelungene Verknpfung von Sachbuch und Roman Von Alexander Strubreiter Noch nie habe ich ein Marketingbuch so schnell und gespannt verschlungen. Keine endlose Aufzhlung von Thesen und Begriffsdefinitionen, wie sonst blich in wissenschaftlich orientierten Marketing-Sachbchern. Wilkes schafft den Spagat zwischen einer spannenden Geschichte und moderner Marketingtheorie, und der Leser wird von beiden Themen gefesselt. Manche Handlungsstrnge erscheinen zwar ein bisschen konstruiert und "zu rund", man verzeiht dem Autor jedoch, da es einem guten Zweck - nmllich der Abhandlung mglichster vieler interessanter Marketingthematiken, die keinen all zu komplizierten Ablauf der Romangeschichte zulassen - dient. Alles in allem: eine spannender Zeitvertreib, bei dem man "als Draufgabe" jede Menge über modernes Marketing lernt.

Kurzbeschreibung Nie war Marketing so spannend wie in diesem Roman. Anlässlich einer Produkteinführung kommt es zu einem Marketingwettbewerb zwischen zwei Unternehmen. Die Köpfe der Kampagnen sind alte Bekannte und erbitterte Feinde. Es entbrennt ein Kampf um Prinzipien und Marketingkonzepte, um Macht, Geld und Liebe. Pressestimmen manager-magazin.de: Good Life "Nie war Marketing so spannend wie in diesem Roman." 04.09.2002 / changeX: Konzepte und karierte Hosen "Malte M. Wilkes, der einstige Präsident des BDU (Bund deutscher Unternehmensberater), überrascht mit einem leicht lesbaren Stil, peppigen Dialogen und liebevoll charakterisierten Figuren." 04.12.2002 / Handelsblatt: Good Life "Für jeden, der mit Marketing zu tun hat, ist dieses Buch Pflichtlektüre." 23.05.2003 / Brsen-Zeitung: Good Life "Das Buch ist die gelungene Verknpfung eines spannenden Romans, der Marketing-Kenntnisse vermittelt und ein kleines Jazz-Lexikon beinhaltet." 24.07.2003 / Wirtschaftswoche: Macht, Geld und Liebe "Ein Buch mit hohem Lesewert - auch für Branchenprofis." 01.09.2003 / Das sterreichische Industriemagazin: Marketingroman "Dem Autor ist es gelungen, seine rasante Geschichte mit Fachwissen und glaubwürdigem Personal zu bestücken. Zu Recht hat das Buch bereits Pflichtlektüre-Status erlangt." Kurzbeschreibung Nie war Marketing so spannend wie in diesem Roman. Anlässlich einer Produkteinführung kommt es zu einem Marketingwettbewerb zwischen zwei Unternehmen. Die Köpfe der Kampagnen sind alte Bekannte und erbitterte Feinde. Es entbrennt ein Kampf um Prinzipien und Marketingkonzepte, um Macht, Geld und Liebe.