

Ulrich Huse

Verlagsmarketing

3., überarbeitete
und aktualisierte Auflage

164 Seiten

Print: kartoniert

ISBN 978-3-95903-012-0

25,00 EUR [D]

E-Book: EPUB

ISBN 978-3-95903-107-3

19,99 EUR [D]

Frankfurt am Main 2021



Titel erfolgreich auf den Markt bringen

Verlagsspezifisches Marketing bedeutet mehr als gute Werbe-, PR-oder Social-Media-Kampagnen zu planen und umzusetzen. Denn wer Marketing in einem ganzheitlichen Sinne versteht, muss stets einen wachen Blick auf den Markt richten und wichtige Trends rechtzeitig erkennen. Bereits bei der Entwicklung neuer Buchprojekte treten zahlreiche Fragen auf, die es im Rahmen integraler Marketingstrategien zu beantworten gilt. Schließlich soll der Konsument vom Nutzen und der Qualität des Produkts so überzeugt sein, dass er dieses auch kauft. Gelingt es Verlagen sich darüber hinaus als Marke zu etablieren, so kann dieses ›Qualitätsversprechen‹ sowohl dem Konsumenten bei der Auswahl des richtigen Buchs als auch dem Handel für seine Einkaufsentscheidung eine Orientierung bieten.

Zu Recht ist dieser Titel die Nummer 1 der BRAMANNBasics. In der nun vorliegenden dritten Auflage wurden vor allem Passagen zum Thema Online-Marketing erweitert. Die Kapitelreihung blieb unverändert: Marketing in Buchverlagen, Verlage als Marken, Handelsmarketing, Produktmarketing, Endkundenmarketing sowie Online-Marketing.

Prof. Ulrich Huse lehrte bis 2021 an der Hochschule der Medien in Stuttgart im Studiengang Media-publishing mit den Schwerpunkten Verlagswirtschaft, Buchmarketing, Lektorats- und Redaktionsmanagement, Buch- und Verlagsgeschichte. Durch seine Tätigkeit in verschiedenen Verlagen hat Ulrich Huse profunde Kenntnisse im Bereich des Verlagsmarketings erworben, die er in konzentrierter und dennoch leicht verständlicher Form für Studierende aufbereitet.