

Alexander Jung

Verkaufpsychologie in Katalogen

Studienarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Seminararbeit
im Rahmen des
Marktpsychologischen Hauptseminars
„Verkaufpsychologie“
im
WS 2001/ 2002
an der
Ludwig- Maximilians- Universität
München
am
Lehrstuhl für Organisations- und Wirtschaftspsychologie
(Institut für Psychologie)
zum Thema

Verkaufpsychologie in Katalogen

Vorgelegt von
Alexander Jung
6. Semester

abgegeben am: 5.03.2002

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
INHALTSVERZEICHNIS.....	II
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	III
1. EINLEITUNG.....	1
2. AUSGEWÄHLTE ASPEKTE DER VERKAUFSPSYCHOLOGIE IN KATALOGEN....	3
2.1 Zielgruppenanpassung.....	4
2.2 Die Hot- Spot- Seiten.....	5
2.2.1 Der Titel.....	5
2.2.2 Der Rücktitel.....	7
2.2.3 Die Umschlaginnenseiten.....	7
2.2.4 Die Innenseiten.....	8
2.2.4.1 Artikeldichte.....	8
2.2.4.2 Exkurs: Der Begleitbrief- Augenpfad.....	10
2.2.4.3 structural motion	12
2.2.4.4 Bild und Text	14
2.3 Action- getter	16
2.4 Exkurs: Impulskaufkataloge	19
3. SCHLUSSBETRACHTUNG: Ersetzt das Internet die Versandkataloge.....	22
ANHANG.....	26
LITERATURVERZEICHNIS.....	27