

De beleviseconomie PDF

Joseph Pine II



Deze site bevat slechts een fragment uit het boek. U kunt de volledige versie van het boek downloaden via de onderstaande link.



Schrijver: Joseph Pine II
ISBN-10: 9789052613253
Taal: Nederlands
Bestandsgrootte: 1152 KB

OMSCHRIJVING

Waarom kost een kop koffie in café Florian aan het San Marcoplein in Venetië meer dan een kop koffie in een eenvoudig cafeetje? Wat trekt mensen naar het sportparadijs Niketown in Londen? Wat zoeken kinderen en volwassenen in Disneyland? Waarom zijn mensen bereid flink meer te betalen voor een kerstboom bij een tuincentrum met een volledig ingerichte kerstshow, compleet met rondwandelende kerstman en glühwein? In De beleviseconomie betogen de auteurs dat de klant meer wil dan een product en dat hij bereid is extra te betalen voor de beleving. Ondernemingen vormen podia voor het creëren van die beleving, een bijzondere gebeurtenis waar de klant een goed gevoel bij krijgt. De waarde die de klant hecht aan die bijzondere ervaring bepaalt het prijskaartje van het specifieke product of goed. In dit boek vindt u talloze inspirerende voorbeelden van bedrijven als Disney, de beroemde boekhandelsketen Barnes & Nobles, British Airways, Hard Rock Café en McDonald's die met succes inspelen op deze behoefte van de consument om vermaakt te worden. Tegelijkertijd is De beleviseconomie het draaiboek waarmee u zelf ook zulke nieuwe ervaringen kunt registreren.

WAT ZEGT GOOGLE OVER DIT BOEK?

Wat is de betekenis van beleveniseconomie? Op Ensie, Encyclopedie sinds 1946, vind je 3 verschillende betekenissen van het woord beleveniseconomie. Door experts ...

De beleveniseconomie gaat over het feit dat klanten geen 'kaal' product of dienst willen, maar een belevenis. De beleveniseconomie stelt nieuwe eisen aan marketing en ...

Waar moet u aan denken bij namen als Apple, Disney, Amazon, Heineken of Schiphol? Associeert u ze vooral met producten en diensten of roepen ze eerder een bepaald ...

DE BELEVENISECONOMIE

[Lees verder...](#)