

(Read now) Webcontrolling: Beschaffung von Informationen anhand von Kennzahlensystemen (German Edition)

Webcontrolling: Beschaffung von Informationen anhand von Kennzahlensystemen (German Edition)

Johannes Limbach

*audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC*

Johannes Limbach

Webcontrolling

Beschaffung von Informationen anhand von Kennzahlensystemen

Studienarbeit



DOWNLOAD



READ ONLINE

#4373635 in eBooks 2010-12-13 2010-12-13 File Name: B007QOURII | File size: 47.Mb

Johannes Limbach : Webcontrolling: Beschaffung von Informationen anhand von Kennzahlensystemen (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Webcontrolling: Beschaffung von Informationen anhand von Kennzahlensystemen (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich BWL - Controlling, Note: 1,2, BVL Campus gGmbH, Sprache: Deutsch, Abstract: Es ist ein altes Grundbeduuml;rfnis jedes sozialen Wesens, wissen zu wollen, wie das, was man tut

oder sagt, beim Gegenüber oder in der Gruppe ankommt. Darin steckt der verborgene Wunsch, in der Gemeinschaft gut aufgenommen zu sein und davon zu profitieren. Während die Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder Gemeinschaft früher das Überleben sichern konnte, steckt heute mehr ein Identifikationsgedanke dahinter. Unverändert ist jedoch, dass man auf Feedback der Gemeinschaft angewiesen ist, will man darin nicht nur aufgenommen sein, sondern sich auch noch positiv positionieren. Allerdings – und auch das kennen wir aus dem privaten Leben – ist der Mensch mit direktem Feedback vielfach eher zurückhaltend. Lob wird viel zu wenig ausgesprochen. Tadel wird zwecks Konfliktvermeidung auch nicht gerne angebracht. Dadurch ergibt sich nach der Theorie der bekannten Sozialpsychologen Luft/Ingham bei jedem Menschen ein so genannter persönlicher „Blinder Fleck“ zwischen dem, was man selbst weiß; und wahrnimmt, und jenem, wie einen Dritte wahrnehmen. Je größer der blinde Fleck ist, desto stärker steigt die Gefahr von Missverständnissen, Vorurteilen und Abneigung. Aber nicht nur im privaten Umfeld, sondern auch in der Geschäftswelt kommen solche Mechanismen zum Tragen. Hohe Popularität, gutes Ankommen bei einer breiten Masse und positive Assoziationen zu einem Produkt oder einer Marke haben einen starken Einfluss auf den Geschäftserfolg. Umgeht man als Unternehmen Wünsche und Bedürfnisse von Kunden und potenziellen Kaufleuten, kann dies im Gegenzug genauso ins Negative umschlagen. Zu wissen und zu verstehen, wie eine gesendete Botschaft vom Empfänger aufgenommen wird, ist daher nicht nur aus sozialen, sondern auch aus geschäftlichen Gründen äußerst relevant. Entscheidend für das Verhältnis der Wahrnehmung einer Botschaft ist die Distanz und das eingesetzte Medium zwischen Sender und Empfänger. Man muss es nur zu nutzen wissen [Hassler, M. 2010].

2. Problemstellung

Die Schwierigkeit ist und bleibt, den Empfänger zu verstehen ohne dass er sich äußerst und ohne ihn physisch vor sich zu sehen. Die Kommunikation erfolgt also durch reines Beobachten. Nicht durch die Person selbst, da man weder Mimik, Gesten oder Körpersprache erkennt. Da diese durch den Körper ausgesprochenen Gefühle mitentscheidend sind für den Kauf oder für Ablehnung eines Produktes, bleibt nur das Beobachten des Verhaltens des Mauszeigers als Finger oder Greifersatz, Verweildauer auf Seiten oder Links,...