



Kategorisierungseffekte

Eine verhaltenswissenschaftliche Analyse der Wirkung von Sortimentskategorisierungen auf den Auswahlprozess für komplexe Gebrauchsgüter

Ladenpreis: 66,81EUR

ISBN: 978-3-658-04880-8

Auflage: 2013

Verlag: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Springer Gabler

Erscheinungsdatum: 18.02.2014

Autoren: Kregel Martin

Reihe: Forschungsgruppe Konsum und Verhalten

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexus.at/kategorisierungseffekte-9783658048808.htm>
↓

Details

Optionsvielfalt bietet Konsumenten die Chance, das für sie passende Produkt zu finden. Jedoch werden unerfahrene Nachfrager zunehmend überfordert. Martin Kregel zeigt, wie die Kategorisierung von Sortimenten und Produktlinien dazu beitragen kann, Entscheidungskonflikte und Überlastung zu senken und gleichzeitig die wahrgenommene Vielfalt und die Zufriedenheit der Kunden zu steigern.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



Beschwerdemanagement
Ladenpreis: 61,70EUR



Entscheidungssouveränität im digitalen
Raum
Ladenpreis: 35,00EUR



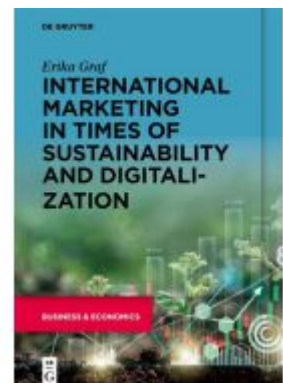
University-Industry Knowledge Interactions
Ladenpreis: 120,99EUR



Einkauf und Beschaffungsmanagement in
Handelsunternehmen
Ladenpreis: 29,80EUR



New Networking
Ladenpreis: 25,60EUR



International marketing in times of
sustainability and digitalization
Ladenpreis: 34,95EUR



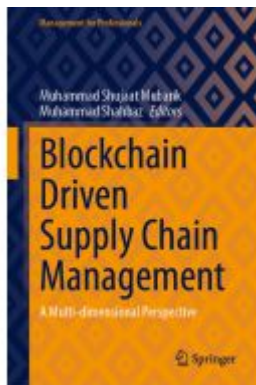
Responsible and Sustainable Operations
Ladenpreis: 186,99EUR



Medienökonomie
Ladenpreis: 46,26EUR



Equipment-as-a-Service (EaaS) – Eine empirische Geschäftsmodellanalyse aus der Perspektive der kundenseitigen Risikowahrnehmung
Ladenpreis: 102,60EUR



Blockchain Driven Supply Chain Management
Ladenpreis: 93,49EUR