



Value Chain Marketing

A Marketing Strategy to Overcome Immediate Customer Innovation Resistance

Ladenpreis: 54,99EUR

ISBN: 978-3-319-11375-3

Auflage: 2015

Verlag: Springer, Springer International Publishing

Erscheinungsdatum: 14.01.2015

Autoren: Hintze Stephanie

Reihe: Contributions to Management Science

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexis.at/value-chain-marketing-9783319113753.html>

Details

Value Chain Marketing (VCM) is a promising strategy to overcome immediate customers' innovation resistance. By pursuing VCM, material suppliers enlarge their target group beyond their immediate customers and address their downstream customers as well. Treading on relatively unexplored grounds, this book explores the relevance of VCM and comprehends its process; identifies the critical factors for suppliers' marketing success, and compares the performance of VCM trials, using a multi-method design linking case study research and computational modeling.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



Marketing für Kunst und Kultur
Ladenpreis: 40,10EUR



Servitization Strategy
Ladenpreis: 36,29EUR



Interculturing
Ladenpreis: 51,40EUR



Im War for Talents bestehen
Ladenpreis: 29,95EUR



Führungscoaching to go
Ladenpreis: 25,70EUR



Innovations in Corporate Reporting
Ladenpreis: 164,99EUR



Stakeholder Engagement and Innovation in Japan
Ladenpreis: 142,99EUR



Organizational Models for Industry 4.0
Ladenpreis: 109,99EUR



Financial Inclusion
Ladenpreis: 197,99EUR



Reiseanalyse 2024: Kurzfassung der Ergebnisse
Ladenpreis: 290,00EUR