

Customer-Value

Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile Teil 1

Ladenpreis: 61,70EUR

ISBN: 978-3-86880-157-6

Verlag: mi-Wirtschaftsbuch

Erscheinungsdatum: 26.07.2004

Autoren: Belz Christian, Bieger Thomas

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexis.at/customer-value-9783868801576.html>

Details

Kundennähe, Kundenverhalten, Kundenwert: Geht's dem Customer gut, freut sich der Unternehmer. Sechs Institute und elf Professoren der Universität St. Gallen haben ein Konzept für die Hauptaufgabe von Unternehmen entwickelt: Leistungen und Angebote für Kunden festzulegen, sie einzuhalten und weiterzuentwickeln. Forschungsfazit: Kundenvorteile keinesfalls zu unterschätzen, denn sie schaffen langfristig Unternehmensvorteile. Customer Value liefert Führungskräften sämtlicher Branchen wertvolle Anleitungen für die Umsetzung in Start-ups, Klein- und Mittelstandsunternehmen, Industrie, Handel und Medien.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



Small Enterprise Marketing
Ladenpreis: 39,95EUR



Sustainability in the Coffee Supply Chain
Ladenpreis: 43,99EUR



Distributionslogistik
Ladenpreis: 39,06EUR



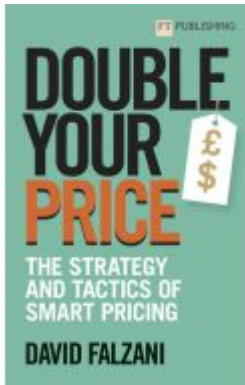
Die Bedeutung von Kundenzufriedenheitsstudien im Handel
Ladenpreis: 71,95EUR



Wer wagt, gewinnt
Ladenpreis: 19,97EUR



Künstliche Intelligenz im Marketing
Ladenpreis: 41,20EUR



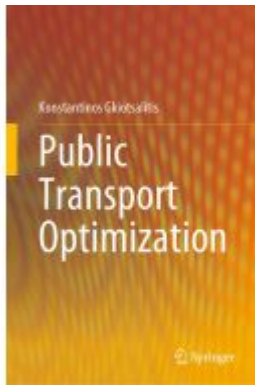
Double Your Price: The Strategy and Tactics of Smart Pricing
Ladenpreis: 28,88EUR



Intuitionen von Verbraucher*innen bei der Auswahl veganer Lebensmittelsubstitute
Ladenpreis: 61,67EUR



Supply Chain Finance
Ladenpreis: 109,99EUR



Public Transport Optimization
Ladenpreis: 153,99EUR