

Erfolgreich beim Kunden in der digitalen Welt

Total Action muss das Funktionsprinzip jedes Unternehmens sein. Diejenigen Unternehmen, welche es verstehen, den Kunden in der heutigen anspruchsvollen Welt des totalen Wettbewerbs zu überzeugen, halten den Schlüssel zum geschäftlichen Erfolg in Händen. Fragt man Führungskräfte und Mitarbeiter nach ihrer Meinung, bekunden ausnahmslos alle, dass sie diese Weisheit durchaus verstehen haben, es dennoch als unglaublich schwierig empfinden, gemeinsam konstruktiv auf dieses Ziel hinzuarbeiten. Die „digitale Welt“ funktioniert nach einer völlig neuen geschäftlichen Logik mit dem Tenor: Wir müssen schnell und effektiv handeln, um unsere zunehmend anspruchsvollen und fortschrittlichen Kunden zu halten und neue Kunden hinzuzugewinnen. Dabei ist es unerheblich, ob es sich um individuelle Kunden oder Unternehmen handelt. Die meisten Kunden fordern viel mehr, als viele Unternehmen zu bieten im Stande sind. Es heißt, dass der Erfinder des Telefons davon überzeugt war, dass seine Erfindung vor allem dazu genutzt werden würde, jemanden darüber in Kenntnis zu setzen, dass ein Telegramm an ihn abgeschickt worden sei. Heute wissen wir, dass man mit einem Telefon – und all den damit verbundenen digitalen Geschäftstechnologien – noch sehr viel mehr machen kann. Doch um erfolgreich zu sein, gilt es, das eigene Handeln neu zu überdenken. Warum erledigen wir die Dinge auf diese Weise und nicht anders? Und weshalb tun wir sie überhaupt? Dies sind die Ausgangsfragen für das hier vorliegende Buch. Die Autoren vergleichen traditionelle Organisationsmuster mit den Möglichkeiten der neuen digitalen Technologien.

Springer Book Archives



39,99 €
37,37 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783642626487
Medium: Buch
ISBN: 978-3-642-62648-7
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 05.11.2012
Sprache(n): Deutsch
Auflage: Softcover Nachdruck of the original 1. Auflage 2002
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 376 g
Seiten: 222
Format (B x H): 155 x 235 mm

