

Service Value als Werttreiber

Konzepte, Messung und Steuerung Forum Dienstleistungsmanagement

Das Konzept des Service Value hat sich in den letzten Jahren durch einen Perspektivenwechsel von der reinen Betrachtung der Dienstleistungserstellung hin zum Einbezug von Wertaspekten entwickelt. Seither beschäftigt sich die Forschung mit dem Beitrag von Dienstleistungen zur Wertgenerierung. Service Value stellt aus Kundenperspektive den durch das Dienstleistungsunternehmen generierten Wert für den Kunden dar. Der wohl geläufigste Ansatz sieht den Service Value als Trade-off zwischen Nutzen und Kosten einer Dienstleistung für den Kunden. Im Sammelband Service Value als Werttreiber widmen sich renommierte Wissenschaftler und Vertreter der Praxis in 21 Beiträgen detailliert und aus verschiedenen Blickwinkeln dem Konzept des Service Value und der Frage, wie der Service-Value-Gedanke erfolgreich in die Unternehmenspraxis integriert werden kann.

Das Konzept des Service Value hat sich in den letzten Jahren durch einen Perspektivenwechsel von der reinen Betrachtung der Dienstleistungserstellung hin zum Einbezug von Wertaspekten entwickelt. Seither beschäftigt sich die Forschung mit dem Beitrag von Dienstleistungen zur Wertgenerierung. Service Value stellt aus Kundenperspektive den durch das Dienstleistungsunternehmen generierten Wert für den Kunden dar. Der wohl geläufigste Ansatz sieht den Service Value als Trade-off zwischen Nutzen und Kosten einer Dienstleistung für den Kunden. Im Sammelband Service Value als Werttreiber widmen sich renommierte Wissenschaftler und Vertreter der Praxis in 21 Beiträgen detailliert und aus verschiedenen Blickwinkeln dem Konzept des Service Value und der Frage, wie der Service-Value-Gedanke erfolgreich in die Unternehmenspraxis integriert werden kann. Der Inhalt - Grundlagen des Service Value - Messung des Service Value - Management des Service Value - Service Value bei Produkt-Service-Bündeln - Interner Service Value - Branchenspezifische Besonderheiten des Service Value Die Zielgruppen - Führungskräfte aus Dienstleistungsbranchen - Studierende, Dozierende und Wissenschaftler erhalten einen Überblick über aktuelle Forschungsergebnisse des Dienstleistungsmanagements Die Herausgeber Prof. Dr. Manfred Bruhn ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Unternehmensführung, an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel sowie Honorarprofessor an der Technischen Universität München. Prof. Dr. Karsten Hadwich ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Dienstleistungsmanagement und Dienstleistungsmärkte, an der Universität Hohenheim.



84,99 €

79,43 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658021399

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-02139-9

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 29.04.2014

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2014

Serie: Forum

Dienstleistungsmanagement

Produktform: Gebunden

Gewicht: 1046 g

Seiten: 511

Format (B x H): 173 x 246 mm

