

Loyalitätswettbewerb in der Patientenversorgung

Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als Determinante der Patientenloyalität

Die Treue von Patienten gegenüber ambulanten und stationären Leistungserbringern gilt inzwischen als unumstrittener strategischer Erfolgsfaktor im Wettbewerb um lukrative Fälle. Zentraler Einflussfaktor in einem solchen Loyalitätswettbewerb ist dabei die von Patienten wahrgenommene Qualität. Vor diesem Hintergrund zeigt Sebastian Keßel, dass Qualitätswahrnehmung und Loyalitätseinstellung von Patienten zwischen einweisendem Arzt, Krankenhaus und Fachabteilung übertragen werden. Die Befunde der Untersuchung liefern Ansatzpunkte für ein differenziertes Loyalitätsmanagement auf Krankenhaus- und Fachabteilungsebene und ermöglichen Rückschlüsse hinsichtlich eines effektiven Einweisermanagements.

Die Treue von Patienten gegenüber ambulanten und stationären Leistungserbringern gilt inzwischen als unumstrittener strategischer Erfolgsfaktor im Wettbewerb um lukrative Fälle. Zentraler Einflussfaktor in einem solchen Loyalitätswettbewerb ist dabei die von Patienten wahrgenommene Qualität. Vor diesem Hintergrund zeigt Sebastian Christian Keßel, dass Qualitätswahrnehmung und Loyalitätseinstellung von Patienten zwischen einweisendem Arzt, Krankenhaus und Fachabteilung übertragen werden. Die Befunde der Untersuchung liefern Ansatzpunkte für ein differenziertes Loyalitätsmanagement auf Krankenhaus- und Fachabteilungsebene und ermöglichen Rückschlüsse hinsichtlich eines effektiven Einweisermanagements. Der Inhalt · Identifikation von Theorien zur Ergründung der wahrgenommenen Qualität als Determinante der Kundenloyalität gegenüber kooperierenden Dienstleistungsanbietern · Empirische Untersuchung zur Erforschung von wahrgenommener Qualität als Determinante der Patientenloyalität gegenüber Einweiser, Krankenhaus und Fachabteilung · Konsequenzen der Forschungsergebnisse für Wissenschaft und Praxis Die Zielgruppen · Dozierende und Studierende der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing/Gesundheitsökonomie · Praktiker im Krankenhausmanagement und Consulting, Chefärzte sowie Haus- und Fachärzte, Gesundheits- und Sozialpolitiker Der Autor Dr. Sebastian Christian Keßel promovierte bei Univ.-Prof. Dr. Michael Lingenfelder am Lehrstuhl für Allgemeine BWL, insbesondere Marketing und Handelsbetriebslehre der Philipps-Universität Marburg.



64,99 €

60,74 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658056018

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-05601-8

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 11.06.2014

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2014

Serie: Marktorientiertes Management

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 451 g

Seiten: 322

Format (B x H): 148 x 210 mm

