

Lennartz

Kundenwert im wertorientierten Management

Messung und praktische Anwendung

Wolfgang Lennartz diskutiert Leistungen, Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der wichtigsten Kundenbewertungsverfahren systematisch nach einem Kriterienkatalog, dessen besonderes Augenmerk auf den Praxisanforderungen liegt. Diese gewinnt der Autor aus der vergleichenden Analyse empirischer Studien zur Kundenbewertung, um Kundenbewertern die Auswahl eines geeigneten Verfahrens zu erleichtern. Es zeigt sich, dass die bei Unternehmen besonders beliebten Methoden zwar relativ einfach umzusetzen sind, aber keinen zukunftsorientierten monetären Kundenwert ausweisen. Dies ist bisher nur mit schwer implementierbaren Ansätzen möglich. Daher entwickelt der Autor ein pragmatisches Modell zur Schätzung eines prospektiven monetären Kundenwerts aus praxisüblichen retrospektiven Daten.

Wolfgang Lennartz diskutiert Leistungen, Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der wichtigsten Kundenbewertungsverfahren systematisch nach einem Kriterienkatalog, dessen besonderes Augenmerk auf den Praxisanforderungen liegt. Diese gewinnt der Autor aus der vergleichenden Analyse empirischer Studien zur Kundenbewertung, um Kundenbewertern die Auswahl eines geeigneten Verfahrens zu erleichtern. Es zeigt sich, dass die bei Unternehmen besonders beliebten Methoden zwar relativ einfach umzusetzen sind, aber keinen zukunftsorientierten monetären Kundenwert ausweisen. Dies ist bisher nur mit schwer implementierbaren Ansätzen möglich. Daher entwickelt der Autor ein pragmatisches Modell zur Schätzung eines prospektiven monetären Kundenwerts aus praxisüblichen retrospektiven Daten. Der Inhalt• Empirische Befunde zur Kundenbewertungspraxis• Darstellung und systematische Beurteilung von Kundenbewertungsverfahren• Schätzung eines prospektiven monetären Kundenwerts aus praxisüblichen retrospektiven Daten• Implikationen für Unternehmenspraxis und Forschung Die Zielgruppen• Studierende und Dozierende der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing-Controlling und wertorientiertes Management• Praktiker in den Bereichen Controlling sowie Marketing und Vertrieb, die ein geeignetes Kundenbewertungsverfahren suchen Der AutorDr. Wolfgang Lennartz studierte BWL und promovierte bei Prof. Dr. Louis Velthuis am Lehrstuhl für Controlling der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.



64,99 €

60,74 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658166427

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-16642-7

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 19.12.2016

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2017

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 316 g

Seiten: 218

Format (B x H): 148 x 210 mm

