

Müller-Martini

Kundenkompetenzen als Determinanten der Kundenbindung

Eine empirische Kausalanalyse am Beispiel der TV-Versorgung von Privatkunden

Markus Müller-Martini erarbeitet ein zusammenhängendes System von 14 Einflussfaktoren der Kundenbindung und führt mittels des „Competence-based View“ als Referenztheorie die Kompetenzen von Kunden als neue Determinante in die Kundenbindungsforschung ein. Die empirische Überprüfung seines Modells im Privatkundenmarkt für Fernsehempfang (Kabelanschluss vs. Satellitenempfang vs. Antennenfernsehen) legt nahe, dass der Einfluss der Kundenzufriedenheit auf die Kundenbindung oftmals über- und die Bedeutung anderer Faktoren, z.B. das soziale Umfeld sowie die Kompetenzen der Kunden, unterschätzt bzw. nicht beachtet werden.

psychologische Erkenntnisse ein interdisziplinäres Handlungsmodell zur Modellierung von Kundenverhalten.



84,99 €

79,43 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783834909954

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8349-0995-4

Verlag: Gabler, Betriebswirt.-Vlg

Erscheinungstermin: 15.05.2008

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2008

Serie: Strategisches Kompetenz-Management

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 870 g

Seiten: 655

Format (B x H): 148 x 210 mm

