

Blahusch

Preismanagement im Privatkundengeschäft von Banken

Eine empirische Analyse des Passiv- und Dienstleistungsgeschäftes unter besonderer Beachtung von Behavioral Pricing

Die Arbeit bezieht sich auf das Passiv- und Dienstleistungsgeschäft von Banken mit „face-to-face“-Kundenkontakt (keine Direktbanken) in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Zunächst analysiert die Arbeit die kunden- und bankseitigen Aspekte des Bankpreismanagements und untersucht den Status Quo in der Branche. Dies betrifft Preisstrategien, Ansatzpunkte und Gestaltungsmöglichkeiten des Preismanagements sowie den Pricing-Prozess. Es wird der wichtige Schritt vollzogen, systematisch die Ansatzpunkte aus der Behavioral Pricing-Forschung (Kundensicht) mit den Gestaltungsmöglichkeiten von Banken im Preismanagement zu verbinden.

Wie unterstützt das Preismanagement die Erreichung der Ziele von Banken? Zur Beantwortung dieser Frage verbindet Marc Oliver Blahusch systematisch die Ansatzpunkte aus der Behavioral Pricing-Forschung (Kundensicht) mit den Gestaltungsmöglichkeiten von Banken im Preismanagement. Dabei werden kunden- und bankseitige Aspekte analysiert und der Status Quo in der Branche empirisch erhoben und untersucht. Anschließend wird hypothesenorientiert der Einfluss von Preismanagement-Entscheidungen der Banken auf deren Ergebnisse getestet (Strukturgleichungsmodelle). Die Ergebnisse zeigen, welche Maßnahmen zur Kundengewinnung, -bindung, Ertragssteigerung und Einlagengewinnung genutzt werden können und welche Aktivitäten kritisch zu hinterfragen sind.



84,99 €

79,43 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783834935168

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8349-3516-8

Verlag: Gabler, Betriebswirt.-Vlg

Erscheinungstermin: 26.04.2012

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2012

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 730 g

Seiten: 537

Format (B x H): 154 x 214 mm

