

(Read and download) Maszlig;nahmen der Kundenbindung im globalen Dienstleistungsbereich - insbesondere B2B-Logistikdienstleistungen (German Edition)

Maszlig;nahmen der Kundenbindung im globalen Dienstleistungsbereich - insbesondere B2B-Logistikdienstleistungen (German Edition)

Malte Koch

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*

Malte Koch

**Maßnahmen der Kundenbindung im globalen
Dienstleistungsbereich - insbesondere
B2B-Logistikdienstleistungen**

Studienarbeit



DOWNLOAD



READ ONLINE

#4400738 in eBooks 2007-04-16 2007-04-16 File Name: B007GGNTKY | File size: 62.Mb

Malte Koch : Maszlig;nahmen der Kundenbindung im globalen Dienstleistungsbereich - insbesondere B2B-Logistikdienstleistungen (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Maszlig;nahmen der Kundenbindung im globalen Dienstleistungsbereich - insbesondere B2B-Logistikdienstleistungen (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, Friedrich-Schiller-Universität Jena (Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre), Veranstaltung: Seminar "Supply Chain Relationship Marketing", Prof. Helm (Uni Jena), 46 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Als Folge von gestiegenen Kaufverhaltensanforderungen, Unternehmenszusammenschlüssen und der Liberalisierung von Dienstleistungsmärkten zeigt sich nach dem Konsumgüterbereich auch bei globalen Dienstleistungen eine sich intensivierende Tendenz zu Kaufverhaltenssituationen (Stauss 2001, S. 551). Aus Kostengründen wurde daher auch im Dienstleistungsbereich verstärkt auf Standardisierung von Leistungen gesetzt (vgl. Meffert / Bruhn 2004, S. 231). Diese Entwicklung und auch der nicht gegebene Schutz von Dienstleistungen gegen Imitation haben zu einer Homogenisierung des Angebots geführt. Zudem kann das weltweite Angebot auf Grund der gesunkenen Informationskosten in seiner Breite besser wahrgenommen werden, was einen Wechsel erleichtert (vgl. Meffert 1999, S. 1). In der Gesamtheit bewirken diese Trends, dass globale Dienstleistungen als austauschbare Commodities betrachtet und Kaufentscheidungen verstärkt über den Preis gefällt werden. Dauerhafte Beziehungen zu einzelnen Anbietern bleiben selten bestehen (vgl. Peter 1997, S. 14). Deshalb untersucht diese Arbeit, durch welche Maßnahmen ein global tätiger Dienstleister seine Kunden nachhaltig an sich binden kann. Dabei liegt der Fokus auf den B2B-Logistikdienstleistern des Supply Chain Relationship Managements. Diese sehen sich auf Grund ihrer spezifischen Produkte mit besonderen Problemen und Chancen bei der Erreichung von Kundenbindung konfrontiert. Um diese offen zu legen, wird zunächst der Untersuchungsbereich definiert (Kapitel 2). Daraus ergeben sich zahlreiche Implikationen für die Auswahl geeigneter Kundenbindungsmaßnahmen. Danach werden die Zielgrößen Kundenbindung definiert, ihre Auswirkungen behandelt und ihre zentralen Einflussfaktoren identifiziert (Kapitel 3). Dieser Teil ist Voraussetzung für die darauf aufbauende Ermittlung von Kundenbindungsmaßnahmen, dem Schwerpunkt dieser Arbeit (Kapitel 4). Anschließend werden die einzelnen Maßnahmen im Hinblick auf den Untersuchungsbereich und Wirtschaftlichkeitsaspekte bewertet und auf ihre Koordination im Sinne eines ganzheitlichen Kundenbindungsmanagements eingegangen. Die gewonnenen Erkenntnisse werden schließlich in einem Gesamtmodell zusammengefasst (Kapitel 5).