

1. Record Nr.	UNINA9910563002303321
Autore	Poggenpohl Marcus
Titolo	Verbundanalyse im Einzelhandel auf der Grundlage von Kundenkarteninformationen : Eine empirische Untersuchung von Verbundbeziehungen zwischen Abteilungen / H. Meffert, Marcus Poggenpohl
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1994
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (242 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 22
Soggetti	Production & quality control management Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Nota di contenuto	Aus dem Inhalt: Ziele und Möglichkeiten von Kundenkarten - Anwendungsmöglichkeiten der Verbundmessung - Zeitpunkt- und zeitraumbezogene Verbundmessung - Bewertung multivariater Verfahren für die Verbundmessung - Einflußgrößen des Verbundes - Zielgruppenbildung mit Verbundgrößen.
Sommario/riassunto	Der Handel steckt bei planerischen Entscheidungen häufig in einem Informationsdilemma. Unternehmenseigene Kundenkarten als neues Marketinginstrument können diesen Mangel beheben. Auch die Verbundforschung, die Beziehungen zwischen verschiedenen Sortimentsbereichen untersucht, kann dadurch weiterentwickelt werden. Bei über 4500 Kunden im Laufe eines Jahres erhobene Kauf- und Personendaten ermöglichen erstmals eine zeitraumorientierte Verbundanalyse. Grundlage dafür ist eine systematische Erfassung aller Einflußgrößen und eine exakte Operationalisierung. Aufbauend auf den ermittelten Verbundbeziehungen können Zielgruppen mit hoher Kaufverhaltensrelevanz anhand von Verbundkaufmustern gebildet werden. Für die Handelspraxis werden darHandelspraxis werden

darüber hinaus Implikationen und Anwendungsbeispiele aufgezeigt.
