

1. Record Nr.	UNINA9910563003003321
Autore	Bauche Kai
Titolo	Segmentierung von Kundendienstleistungen auf investiven Märkten : Dargestellt am Beispiel von Personal Computern / H. Meffert, Kai Bauche
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1994
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (235 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 23
Soggetti	Sales & marketing management
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: Kundendienstmarketing - Konzept zur Segmentierung von Kundendienst- und Serviceleistungen - Grundlagen einer differenzierten Kundendienstpolitik - Normstrategien der kundendienstpolitischen Marktbearbeitung.
Sommario/riassunto	Viele Unternehmen nutzen bestehende Umsatz- und Gewinnmöglichkeiten im Kundendienst bislang nicht konsequent genug aus. Voraussetzung für eine umfassende Ausschöpfung dieser Potentiale ist eine differenzierte und zielgruppengerechte Servicepolitik. Bisher existierten jedoch kaum geeignete Vorschläge zur Segmentierung von Servicemarkten. Die vorliegende Arbeit zeigt praktikable Lösungsmöglichkeiten für dieses kundendienstpolitische Defizit auf. Ausgehend von der servicespezifischen Bedürfnissituation von Unternehmen wird ein zweistufiges Segmentierungsmodell für investive Kundendienstmarkte entwickelt. Auf Grundlage einer empirischen Studie im Markt für kommerzielle Personal Computer werden u.a. praxisrelevante Normstrategien für eine zielgruppengerechte Bearbeitung von Kundendienstmarkten abgeleitet.