

1. Record Nr.	UNINA9910830524303321
Autore	Yeates James <1980->
Titolo	Animal welfare in veterinary practice [[electronic resource] /] / James Yeates
Pubbl/distr/stampa	Chichester, West Sussex, : Wiley-Blackwell, 2013
ISBN	1-78539-341-3 1-118-78295-X 1-299-15944-3 1-118-46371-4 1-118-46370-6
Descrizione fisica	1 online resource (214 p.)
Collana	UFAW Animal Welfare UFAW animal welfare series
Disciplina	636.0832 636.089
Soggetti	Animal welfare Veterinary medicine
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Patients -- Clients -- Welfare assessment -- Clinical choices -- Achieving animal welfare goals -- Beyond the clinic.
Sommario/riassunto	A practical guide to help veterinarians improve the welfare of their patients in their everyday work. A concise and accessible introduction to welfare that is both interesting and valuable in practice. The book describes ways to evaluate patients, develop in-practice quality of life assessments, resolve difficult clinical dilemmas, and turn good decisions into real welfare outcomes. It reviews available scientific information, legal issues and ethical dilemmas, and relates these to everyday case studies throughout. It provides ways for all veterinary professionals to develop their ani

2.	Record Nr.	UNINA9911004809003321
	Autore	Bhattacharya P. K
	Titolo	Properties of III-V Quantum Wells and Superlattices
	Pubbl/distr/stampa	[Place of publication not identified], : Institution of Engineering & Technology, 1996
	ISBN	1-59124-842-6
	Soggetti	Engineering - Electronics
	Lingua di pubblicazione	Inglese
	Formato	Materiale a stampa
	Livello bibliografico	Monografia
	Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
3.	Record Nr.	UNINA9910563003703321
	Autore	Gilot Mathias
	Titolo	Kundenbindung in Mitgliedschaftssystemen : Ein Beitrag zum Kundenwertmanagement - dargestellt am Beispiel von Buchgemeinschaften / H. Meffert, Mathias Giloth
	Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M., : PH02, 2018 2018, c2003
	Edizione	[1st, New ed.]
	Descrizione fisica	1 online resource (296 p.) : , EPDF
	Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 46
	Soggetti	Business studies: general Business strategy Sales & marketing 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: Stellenwert der Kundenbindung - Systematisierung von Mitgliedschaftssystemen - Stand der Forschung zur Kundenbindung -

Messansatze der Kundenbindung - Operationalisierung der Kundenbindung in Mitgliedschaftssystemen - Einflussfaktoren auf die Kundenbindung - Konfirmatorische Analyse der Determinanten der Kundenbindung - Kundenbindungsmanagement - Maßnahmen zur Etablierung von Kundenbindung - Kundenwert - Bewertung von Kundenbeziehungen - Ansätze zur Messung von Kundenwerten - Kundenwerte in Mitgliedschaftssystemen - Kundenwertorientiertes Bindungsmanagement.

Sommario/riassunto

Sowohl in der Wissenschaft als auch in der Unternehmenspraxis wird die langfristige Bindung von Kunden verstarkt als kritischer Erfolgsfaktor identifiziert und entsprechend intensiv diskutiert. Fragen, die in diesem Zusammenhang aufgeworfen werden, sind: «Welche Großen beeinflussen die Kundenbindung?», «Welche Instrumente können zur Bindung der Kunden eingesetzt werden?», «Welche Kunden können mit dem Einsatz welcher Bindungsinstrumente bearbeitet werden, um einen effektiven und effizienten Einsatz der Mittel zu gewährleisten?» Insbesondere in Mitgliedschaftssystemen steht die Kundenbindungsforschung diesbezüglich vielfach noch in den Anfangen. Vor diesem Hintergrund leistet die Arbeit mit der Identifikation von sieben signifikanten Determinanten der Kundenbindung und Gestaltungsempfehlungen eines kundenwertorientierten Bindungsmanagements einen umfassenden Beitrag zur Erklärung und Steuerung der Kundenbindung in Mitgliedschaftssystemen. Das theoriegestützte Konzept erfährt dabei eine fundierte empirische Überprüfung auf der Basis einer Befragung von 531 Mitgliedern eines Mitgliedschaftssystems.