

1. Record Nr.	UNINA9910765875403321
Autore	Giloth Mathias
Titolo	Kundenbindung in Mitgliedschaftssystemen
Pubbl/distr/stampa	Bern, : Peter Lang International Academic Publishers, 2018
ISBN	9783631505298
Descrizione fisica	1 online resource (296)
Soggetti	Business studies: general Business strategy Sales & marketing management Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Sowohl in der Wissenschaft als auch in der Unternehmenspraxis wird die langfristige Bindung von Kunden verstärkt als kritischer Erfolgsfaktor identifiziert und entsprechend intensiv diskutiert. Fragen, die in diesem Zusammenhang aufgeworfen werden, sind: «Welche Größen 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 Anfängen. 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.