

1. Record Nr.	UNINA9910816173103321
Autore	Sielhorst Thomas vor der
Titolo	Marketingziel Kundenbindung : die Kundenkarte im Einzelhandel // Thomas vor der Sielhorst
Pubbl/distr/stampa	Hamburg, : IGEL Verlag, 2009
ISBN	3-86815-397-7
Edizione	[1. Aufl.]
Descrizione fisica	1 online resource (85 p.)
Disciplina	658.8 658.804
Soggetti	Customer loyalty Consumer satisfaction Customer relations
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Diplom-Kaufmann (FH) Thomas vor der Sielhorst: Marketingziel Kundenbindung: Die Kundenkarte im Einzelhandel; Inhaltsverzeichnis; 1 Einleitung; 2 Ausgangssituation - Markt , Marketing und Kundenbindung im Wandel; 3 Kunden und Kundenbindung im Einzelhandel; 4 Kundenkarten; 5 Analysen im Kunden- bindungs- management; 6 Ausblick; Anhang; Quellenverzeichnis
Sommario/riassunto	Der Wandel des unternehmerischen Umfeldes durch gesättigte Märkte, verstärkten Wettbewerb, Austauschbarkeit von Produkten und Leistungen, erhöhte Sparneigung und Kaufzurückhaltung der Konsumenten hat es erforderlich gemacht, durch gezielte Maßnahmen zu versuchen, dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Als eine Möglichkeit der verbesserten Kundenbindung hat sich im Konsumgüterbereich des Handels dabei die Einführung einer Kundenkarte als Schwerpunkt der Kundenbindung herauskristallisiert. Der Autor erläutert in dieser Arbeit die Zusammenhänge zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sowie d