

Belz / Bieger

Customer-Value

Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile

Kundennähe, Kundenverhalten, Kundenwert: Geht's dem Customer gut, freut sich der Unternehmer. Sechs Institute und elf Professoren der Universität St. Gallen haben ein Konzept für die Hauptaufgabe von Unternehmen entwickelt: Leistungen und Angebote für Kunden festzulegen, sie einzuhalten und weiterzuentwickeln. Forschungsfazit: Kundenvorteile keinesfalls zu unterschätzen, denn sie schaffen langfristig Unternehmensvorteile. Customer Value liefert Führungskräften sämtlicher Branchen wertvolle Anleitungen für die Umsetzung in Start-ups, Klein- und Mittelstandsunternehmen, Industrie, Handel und Medien.



149,90 €

140,09 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9783636030818

Medium: Buch

ISBN: 978-3-636-03081-8

Verlag: mi-Wirtschaftsbuch

Erscheinungstermin: 15.12.2006

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. aktualisierte und erweiterte Auflage 2006

Produktform: Gebunden

Gewicht: 1699 g

Seiten: 848

Format (B x H): 170 x 240 mm

