

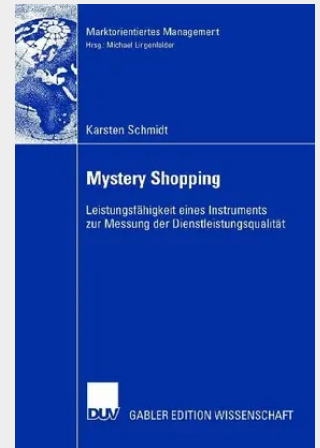
Mystery Shopping

Leistungsfähigkeit eines Instruments zur Messung der Dienstleistungsqualität

Umfassende empirische Studien konnten in der Vergangenheit den Kausalzusammenhang zwischen Dienstleistungsqualität, Kundenzufriedenheit und Unternehmenserfolg nachweisen. Da jedoch die Kundenbefragungsmethodik mit einer Vielzahl von Nachteilen behaftet ist, sahen sich viele Dienstleistungsanbieter dazu veranlasst neue Datenerhebungsinstrumente wie die Mystery Shopping-Methodik zu entwickeln.

Auf der Basis ausgewählter theoretischer Konzepte leitet Karsten Schmidt einen Voraussetzungskatalog für den erfolgreichen Einsatz der Mystery Shopping-Methodik zur Evaluation der Dienstleistungsqualität her. Anschließend wird die Frage nach der Reliabilität und Validität von Testkaufergebnissen mithilfe dreier Testkaufstudien und einer mündlichen bzw. schriftlichen Kundenbefragung beantwortet. Die gewonnenen Erkenntnisse münden in der Ableitung konkreter Gestaltungsempfehlungen für die Marktforschungspraxis sowie in Anknüpfungspunkten für die weitere wissenschaftliche Forschung.

Karsten Schmidt erarbeitet einen Voraussetzungskatalog für den erfolgreichen Einsatz der Mystery Shopping-Methodik zur Evaluation der Dienstleistungsqualität. Die gewonnenen Erkenntnisse münden in der Ableitung konkreter Gestaltungsempfehlungen für die Marktforschungspraxis sowie in Anknüpfungspunkten für die weitere wissenschaftliche Forschung.



69,99 €

65,41 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783835009189

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8350-0918-9

Verlag: Deutscher Universitätsverlag

Erscheinungstermin: 25.09.2007

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2008

Serie: Marktorientiertes Management

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 382 g

Seiten: 238

Format (B x H): 148 x 210 mm

