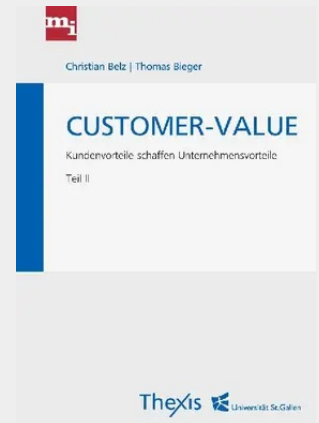


Customer-Value

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.

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.



59,99 €

56,07 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783868801583

Medium: Buch

ISBN: 978-3-86880-158-3

Verlag: mi

Erscheinungstermin: 26.07.2004

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 4. Auflage 2004

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 817 g

Seiten: 424

Format (B x H): 170 x 240 mm

