

Kundenorientierte Unternehmensführung

Kundenorientierte Unternehmensführung. Kundenorientierung – Kundenzufriedenheit - Kundenbindung

Hinterhuber, Matzler, Gabler Verlag, 2008

ISBN-10: 3834910260, ISBN-13: 978-3834910264

637 Seiten, Deutsch, broschiert, EUR 64,90

Kurzbeschreibung

Renommierte Fachvertreter aus Wissenschaft und Unternehmenspraxis geben in diesem Buch verlässliche Auskünfte über Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Das Ziel ist, dem Leser einen fundierten Überblick über Grundlagen, Instrumente und aktuelle Methoden der kundenorientierten Unternehmensführung zu vermitteln. Erfahrungsberichte erfolgreicher Unternehmungen über die Anwendung verschiedener Konzepte und Methoden runden das Werk ab.

Bewertung

Das Buch ist eine überaus umfassende und komplexe Beschreibung des Aspekts der kundenorientierten Unternehmensführung. Hinterhuber beleuchtet dabei die wichtigsten Punkte des Kundenmanagements und weitere sich daraus ergebende Ansprüche und Notwendigkeiten für die erfolgreiche Unternehmensführung. Die knapp 640 Seiten Umfang dieser 6. Auflage zeigen bereits, welche Breite und grundlegende Bedeutung das Thema besitzt. Letztlich dreht sich der gesamte Wirtschaftskreislauf um das zentrale Anliegen, mögliche Kunden anzusprechen, zu überzeugen, dauerhaft zu gewinnen und damit eigene Produkte erfolgreich am Markt zu platzieren. Eine Selbstverständlichkeit, könnte man meinen. Doch in der Praxis werden oftmals genau diese Aspekte vernachlässigt.

Auf die breit aufgestellten Grundlagen erfolgt im zweiten Hauptteil eine Vielfalt von möglichen Instrumenten und Methoden mit einem klaren Blick auf die Kooperationsmöglichkeiten mit Kunden bis hin zur Vorstellung eines professionellen Beschwerdemanagements mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, gerade hier kooperativ Kunden zu binden. Im dritten Hauptteil runden die Herausgeber ihr Thema durch den Praxiserweis ab. Waren schon die ersten Kapitel des Buches mit vielfältigen Verweisen auf praktische Erfahrungen und Möglichkeiten versehen, liegt der Fokus im dritten Teil auf erfolgreichen Praxismodellen.

Das Buch bietet einen wissenschaftlich fundierten Blick auf die gesamte Breite der aktuellen Diskussion im Bereich Kundenorientierung und legt in nötiger Tiefe eine Verbindung von Theorie und Praxis vor, die die Wichtigkeit der Kundenorientierung verdeutlicht und in bester Weise zeigt, wie es gehen könnte (und an manchen Ort bereits erfolgreich umgesetzt wird).

Ihre Ansprechpartner

Für Fragen und Anregungen zu diesen Buchrezensionen stehe ich gerne zur Verfügung.

Sprechen Sie mich an!**Joachim Wunderlich****Leiter Vertrieb PARLA®**Bahnhofstraße 51
D-69115 Heidelberg

Telefon: +49 6221 58 58 40

Telefax: +49 6221 48 40 57

E-Mail: jwunderlich@parla.deInternet: www.parla.de

Ihr Joachim Wunderlich
Leiter Vertrieb PARLA®

Heidelberg, den 03. August 2010