



Springer Bücher sind erhältlich als

 Druckausgabe

Erhältlich auf springer.com/shop

 eBook

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek
oder auf

► springer.com/shop

Beiträge zur empirischen Marketing- und Vertriebsforschung

Reihen-Hrsg.: T. Bornemann, M. Klarmann, D. Totzek

Auch heute werden Marketing und Vertrieb von vielen als Domäne von „Bauchentscheidungen“ angesehen. Die vorliegende Schriftenreihe umfasst Beiträge, die einen anderen Weg gehen. Wichtige Fragestellungen, zum Beispiel aus den Bereichen Business-to-Business Marketing, Innovationsmarketing, Konsumentenverhalten, Preismanagement und Marketing Analytics, werden mit aktuellen wissenschaftlichen Verfahren empirisch untersucht. Zielsetzung der Beiträge ist es, für akademische und praktische Probleme in Marketing und Vertrieb eine faktenbasierte Grundlage zu schaffen.

Kürzlich erschienen:

D. Maar

Die Anbieter-Kunden-Interaktion im Kontext professioneller Dienstleistungen

Unsicherheit, Positionierung und Kundenorientierung

T. Roelen-Blasberg

Automatisierte Präferenzmessung

Extraktion und Evaluation von Produktattributen auf Basis von Online-Rezensionen

S. Gerster

Funktionsübergreifende Zusammenarbeit im Lösungsgeschäft

Eine empirische Betrachtung aus Anbietersicht



Informationen zu Angeboten auf der Homepage der Reihe und springer.com/authors

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Tiergartenstr. 15-17, 69121 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: customerservice@springer.com ► Web: springer.com