



Thomas Foscht, Bernhard Swoboda, Hanna Schramm-Klein

Käuferverhalten

Grundlagen - Perspektiven - Anwendungen

- Käuferverhalten aus der Sicht des Beziehungsmarketing
- Mit zahlreichen Praxisbeispielen von Hersteller-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen
- Für Lehre und Praxis

Dieses Lehrbuch verfolgt - vor dem Hintergrund, dass das Verstehen des Käuferverhaltens („Customer Insights“) traditionell im Mittelpunkt aller Marketing-Überlegungen steht und die Basis für die Beeinflussung von Kunden sowie für die Gestaltung von Kundenbeziehungen bildet - drei Zielsetzungen:

6., aktualisierte Aufl. 2017, XIV, 346 S.
214 Abb. in Farbe.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 34,99 € (D) | 35,97 € (A) | CHF
36,00

eBook

[2] 26,99 € (D) | 26,99 € (A) | CHF
31,00

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

