



## Springer Gabler

1.  
Auflage

1. Aufl. 2019, XVI, 171 S. 1  
Abb.

### Gedrucktes Buch

Softcover

### Gedrucktes Buch

Softcover

ISBN 978-3-658-25620-3

£ 44,99 | CHF 61,00 | 51,39 € |

56,53 € (A) | 54,99 € (D)

lieferbar

### Rabattgruppe

Standard (0)

### Produktkategorie

Doktorarbeit

### Reihe

Schriftenreihe des Instituts für  
Marktorientierte Unternehmensführung  
(IMU), Universität Mannheim

## Betriebswirtschaftslehre : Unternehmensstrategie/Unternehmensführung

Gwinner, Olivia

# Kundenrückgewinnungsmanag

## Organisationale Erfolgsfaktoren und Besonderheiten des Business-to-Business Kontexts

### • Eine wirtschaftswissenschaftliche Studie

Die Rückgewinnung verlorener Kunden stellt ein zunehmend wichtiges, jedoch weitestgehend unerforschtes Instrument des Customer Relationship Managements dar. Auf Basis empirischer Untersuchungen zeigt Olivia Gwinner die Bedeutung verschiedener Elemente der Organisationskultur und -steuerung für das Kundenrückgewinnungsmanagement eines Unternehmens auf. Darüber hinaus analysiert sie mit Hilfe von Kunden- und Anbieterdaten die Besonderheiten von Kundenrückgewinnungsangeboten und deren Erfolg im Business-to-Business Bereich. Das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) wurde 1999 an der Universität Mannheim neu konstituiert. Es versteht sich als Plattform für anwendungsorientierte Forschung sowie als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Ziel dieser Schriftenreihe ist es, wissenschaftliche Erkenntnisse zu publizieren, die für die marktorientierte Unternehmensführung von Bedeutung sind.

### Bestellen Sie online unter [springer.com/booksellers](https://springer.com/booksellers)

#### Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

[row-booksellers@springernature.com](mailto:row-booksellers@springernature.com)

