



1. Aufl. 2019, XVII, 132 S. 1 Abb.

Printed book

Softcover

[1]54,99 € (D) | 56,53 € (A) | CHF
61,00

eBook

[2]42,99 € (D) | 42,99 € (A) | CHF
48,50

Available from your library or
springer.com/shop

Heinz-Jörg Reichmann

Vertriebserfolg durch kundenzentrierte Kommunikation

Darstellung und empirische Analyse im Filialvertrieb am Beispiel verschiedener Sparkassen

Series: BestMasters

• Eine wirtschaftswissenschaftliche Studie

Die persönliche Beratung ist für Sparkassen Kern ihres Geschäftsmodells. Die kundenzentrierte Kommunikation hat dabei einen positiven Einfluss auf das Vertrauen und die Zufriedenheit der Kunden und führt nachweislich zu höherer Loyalität. Anhand einer quantitativ-empirischen Studie untersucht Heinz-Jörg Reichmann, ob eine kundenzentrierte Kommunikation zu einem höheren Vertriebserfolg eines Privatkundenberaters im Filialgeschäft von Sparkassen führt. Im Zentrum der Untersuchung stehen die Rollenanforderungen und die Grundhaltungen von Kundenberatern, insbesondere ihr Gesprächsverhalten und die Anwendungen ausgewählter Gesprächstechniken in der Analysephase von Beratungsgesprächen. Aus den Erkenntnissen werden Implikationen zur Auswahl von Kundenberatern und die Weiterentwicklung von deren kommunikativen Kompetenzen gewonnen.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

