Buchrezensionen

Torsten Tomczak, Wibke Heidig

Revenue Management aus der Kundenperspektive

Grundlagen, Problemfelder und Lösungsstrategien

Springer Verlag, Wiesbaden 2014

180 Seiten, 39,95 Euro

ISBN: 978-3-658-00735-5

Kernthese

Der Kunde ist der wichtigste Faktor für ein erfolgreiches Revenue Management.

Nutzen für die Praxis

Handlungsempfehlungen mit Praxisbeispielen, wie ein kundenwertorientiertes Revenue Management in die Unternehmensstrategie implementiert werden kann.

Abstract

Revenue Management ist ein vor allem in der Dienstleistungs- und Industrie-güterindustrie eingesetztes Konzept zur effektiven Nutzung unflexibler Kapazitäten. Verschiedene Experten analysieren Revenue Management aus der Perspektive des Kunden und zeigen Konfliktlösungsstrategien auf.

Alexandra Noll

Carsten Kißing

Dynamik und Stabilität in der modernen Marktsegmentierung

Eine Multilevel-Betrachtung etablierter Lebensstilsegmente

Shaker Verlag, Aachen 2013

263 Seiten, 49,80 Euro

ISBN: 978-3-8440-2247-6

Kernthese

Die dynamische Marktsegmentierung ist eine grundlegende Strategie für ein erfolgreiches Marketing.

Nutzen für die Praxis

Ein Überblick über die Grundlagen dynamischer Marktsegmentierung mit einer detaillierten Anleitung zur Methodik und Interpretation.

Abstract

Verbraucher wechseln ihr Verhalten je nach Lebenssituation und Anlass. Diese „Wanderung der Individuen“ weist der Autor detailliert nach. Zudem werden unterschiedliche Konzepte, Methoden und Instrumente zur Erfassung dieser Veränderungen entwickelt und angewendet.

Alexandra Noll

Sandra Hake

Sprachliche Gestaltung interaktiver Kundenkommunikation.

Eine empirische Analyse am Beispiel der Mobilfunkbranche.

Verlag Dr. Kovač GmbH, Hamburg 2013,

271 Seiten, 89,80 €,

ISBN: 978-3-8300-7311-6

Kernthese

Die Optimierung der sprachlichen Gestaltung der Dialogkommunikation in Call-Centern kann Einfluss auf den Unternehmenserfolg ausüben.

Nutzen für die Praxis

Neue Ansätze zur sprachlichen Gestaltung der Dialogkommunikation für die Call-Center-Unternehmenspraxis und Wissenschaft.

Abstract

Die Bedeutung des Call-Center als individualisiertes und personalisiertes Kommunikationsinstrument zwischen Unternehmen und Kunden wächst. Vor diesem Hintergrund erforscht die Autorin explorativ die sprachliche Gestaltung der interaktiven Kundenkommunikation.

Anna Eberle