
Literatur

- Bischopinck, Y. von, Ceyp, M.: Suchmaschinenmarketing – Konzepte, Umsetzung und Controlling für SEO und SEM, 2. Aufl. Springer, Heidelberg (2008)
- Blind, J., Klinger, M.: Rechtliche Rahmenbedingungen des Online-Marketings. In: Kreutzer, R. (Hrsg.) Praxisorientiertes Online-Marketing, Konzepte – Instrumente – Checklisten, S. 491–511. Gabler, Wiesbaden (2012)
- Deutsche Post.: Dialogmarketing Deutschland 2013, Dialog Marketing Monitor – Studie 25. Bonn (2013)
- Helm, S., Günter, B.: Kundenwert – eine Einführung in die theoretischen und praktischen Herausforderungen der Bewertung von Kundenbeziehungen. In: Günter, B., Helm, S. (Hrsg.) Kundenwert – Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen, 3. Aufl., S. 3–38. Gabler, Wiesbaden (2006)
- Homburg, C., Bruhn, M.: Kundenbindungsmanagement – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen. In: Bruhn, M., Homburg, C. (Hrsg.) Handbuch Kundenbindungsmanagement, 6. Aufl., S. 3–37. Gabler, Wiesbaden (2008)
- Kreutzer, R.: Messen 2020: Auf neuen Wegen zu erfolgreichen Messen. In: AUMA (Hrsg.) Messewirtschaft 2020 – Zukunftsszenarien, S. 79–96. Berlin (2007)
- Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Dialog-Marketing, Konzepte – Instrumente – Fallbeispiele. Gabler, Wiesbaden (2009)
- Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Online-Marketing, Konzepte – Instrumente – Checklisten. Wiesbaden (2012)
- Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing, Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, 4. Aufl. Gabler, Wiesbaden (2013)
- Meyer, A., Oevermann, D.: Kundenbindung. In: Handelsblatt (Hrsg.) Wirtschaftslexikon, Das Wissen der Betriebswirtschaftslehre, S. 3334–3343. Stuttgart (2006)
- Stauss, B.: Perspektivenwandel: Vom Produkt-Lebenszyklus zum Kundenbeziehungs-Lebenszyklus. Thesis 17(2/2000):15–18 (2000)