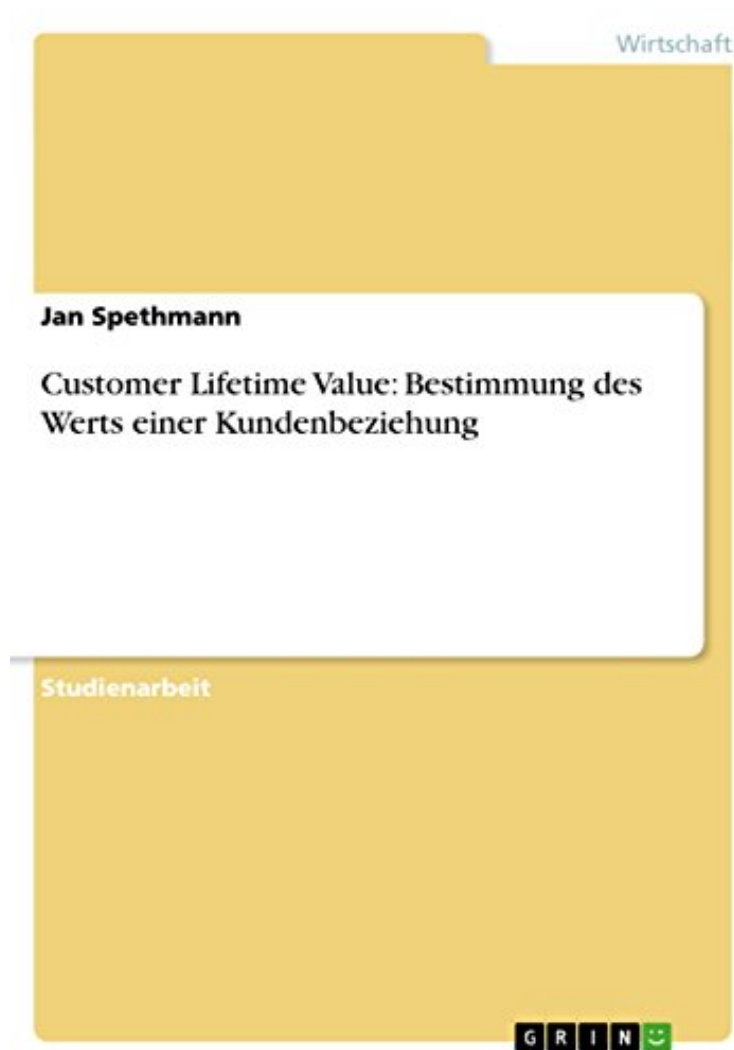


(Download free ebook) Customer Lifetime Value: Bestimmung des Werts einer Kundenbeziehung (German Edition)

Customer Lifetime Value: Bestimmung des Werts einer Kundenbeziehung (German Edition)

Jan Spethmann

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

2004-02-20 2004-02-20 File Name: B01AAJNDCM | File size: 17.Mb

Jan Spethmann : Customer Lifetime Value: Bestimmung des Werts einer Kundenbeziehung (German Edition)

before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Customer Lifetime Value: Bestimmung des Werts einer Kundenbeziehung (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL - Controlling, Note: sehr gut (1,3), Duale Hochschule Baden-Wuerttemberg, Stuttgart, Verfasser: Berufsakademie Stuttgart (Ausbildungsbereich Wirtschaft), Sprache:

Deutsch, Abstract: Unternehmen haben erkannt, dass mit zunehmender Dauer einer Kundenbeziehung der Gewinn je Kunde und Jahr extrem ansteigt. Zur langfristigen Bindung von Kunden führen Unternehmen Kundenbindungssysteme ein. Es stellt sich allerdings die Frage, wie viel Mittel dafür investiert wird. Zum einen richten sich die Investitionen nach den zur Verfügung stehenden Mitteln, zum anderen ist der zu erzielende Mehrertrag von entscheidender Bedeutung. Um dieses Potenzial des Kunden abschätzen zu können, müssen Unternehmen wissen, wie viel ihre einzelnen Kunden wert sind. Denn in erster Linie sollen die „wertvollen“ Kunden gebunden werden. Bei einem negativen Kunden(lebenszeit)wert ist eventuell die Ausgrenzung des Kunden notwendig. Bei der Kundenlebenszeitwertbetrachtung müssen aber auch die indirekten Werttreiber, wie z. B. Weiterempfehlungen, Informationen und Erfahrungskurveneffekte beachtet werden. In dieser Studienarbeit werden die Rahmenbedingungen und Notwendigkeiten für die Bestimmung des Werts einer Kundenbeziehung bzw. eines Kunden betrachtet. Der Customer Lifetime Value stellt einen Ansatz für diese Bewertung dar. Die Abgrenzung des Begriffs und die Definition des Customer Lifetime Value sind Gegenstand dieser Arbeit. Die Zusammensetzung des Kundenwertes aus den einzelnen Bestandteilen und den damit verbundenen Fragestellungen bei der Bewertung der einzelnen Kriterien werden analysiert. Daraus abgeleitet werden die Möglichkeiten der Anwendung des Customer Lifetime Value-Ansatzes eingeschätzt. [...]