



Das Phänomen der Kundeneinbindung in unternehmerischen Wertschöpfungsprozessen, Eine Fuzzy-Set QCA der optimalen Kundeneinbindung am Beispiel des industriellen After-Sales-Serviceprozesses

By Sina Forster

Verlag Dr. Kovac, Hamburg, 2015. Softcover. Book Condition: neu. 1. Auflage. Schriftenreihe innovative betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, Band 426 360 pages. Mit dem Begriff der Kundeneinbindung wird auf keine neue Entwicklung abgezielt, sondern das bekannte Phänomen der Integration von Kunden in die unternehmerischen Wertschöpfungsprozesse beschrieben. Unter dieser Bezeichnung lässt sich eine Vielzahl an Einbindungsformen und -varianten zusammenfassen, welche jedoch inhaltlich unterschiedlich und teils ungenau bestimmt sind und daher keine Aussagen über die Eignung zur Erreichung bestimmter Unternehmensziele zulassen. Dabei besitzt die Kundeneinbindung in der Dienstleistungserstellung eine besondere Relevanz, da hier der Kunde als "Externer Faktor" in den Leistungserstellungsprozess des Anbieters integriert werden muss, damit die Dienstleistung überhaupt erbracht werden kann. Hiervon ausgehend entwickelten sich weitere Einbindungsmöglichkeiten von Kunden, die in der Wissenschaft und Praxis mit unterschiedlichen Begriffen belegt sind. So wird die Einbeziehung von Kunden bspw. als Customer Integration, Crowdsourcing oder interaktive Wertschöpfung thematisiert. Die Autorin verfolgt daher das Ziel, die vielfältigen Einbindungsformen grundlegend zu analysieren und

Reviews

An extremely amazing book with lucid and perfect reasons. It is actually written in easy words and phrases and never confusing. Your life period will likely be transformed the instant you fully look over this ebook.

-- Tracy Keeling

This publication can be worth a read through, and far better than other. It normally will not charge too much. Your life period will likely be enhanced as soon as you comprehensively read this article pdf.

-- Joyce Boyle