



Werner Pepels

Handbuch Dienstleistungen

Teilband I + II

I: Tab., zahlr. Abb., XXXIV, 692 Seiten

II: Tab., zahlr. Abb., XXIV, 434 Seiten, 2020

Print: <978-3-428-18091-2> € 99,90

E-Book: <978-3-428-58091-0> € 89,90

Das Handbuch repräsentiert umfassend die Agenda der Dienstleistungspolitik im deutschsprachigen Raum. Es liefert anwendungsbezogene, konkrete Hinweise auf Verbesserungspotenziale und Feinjustierungen bei Dienstleistungen aller Art. Das Handbuch ist wissenschaftlich fundiert und zeichnet sich durch eine hohe systematisch-analytische Stringenz aus. Dazu gehören eine fein unterteilte Gliederung, zahlreiche Übersichtsabbildungen, Hervorhebungen und Veranschaulichungen durch Praxisbeispiele.

Das Handbuch richtet sich an Studierende der BWL und verwandter Fächer, vor allem in den Lehrbereichen Management und Marketing an Hochschulen und in der Fort- und Weiterbildung. Ebenso dient es Managerinnen und Managern in Dienstleistungsunternehmen und -organisationen, die sich für den Aufstieg wappnen wollen, sowie (Quer-)Einsteigern in die Dienstleistungsbranche, die sich fundierter Tipps für ihren Erfolgsweg versichern wollen.

Inhalt

I. Grundlagen der Dienstleistungen: Ausprägungen von Dienstleistungen — Begriff und Abgrenzung von Dienstleistungen — Kennzeichen von Dienstleistungen — Wertschöpfungskette bei Dienstleistungen

II. Wertstufe Einsatzfaktoren: Interner personaler Faktor — Beschaffung des materiellen Leistungsanteils — Umfeldinformation — Elemente des Kaufverhaltens

III. Wertstufe Vermarktung: Gestaltung der Leistungspräsentation — Gestaltung des Leistungsangebots — Gestaltung des Leistungsentgelts — Gestaltung der Leistungsinformation

IV. Wertstufe Absatzvollzug: Sicherung der Leistungsverfügbarkeit — Kundenorientiertes Verkaufsverhalten

V. Wertstufe Faktorkombination: Lenkung der Erstellungspotenziale — Lenkung der Erstellungsprozesse — Lenkung der Erstellungsergebnisse am personalen Externen Faktor

VI. Wertstufe Nachbereitung: Kundendienst als produktbegleitende Dienstleistung — Kundenzufriedenheit als zentrales Konstrukt

VII. Wertstufe Management: Konzeptionsrahmen — Erfassung der Istsituation — Strategieelemente — Erfolgsfaktoren

VIII. Wertstufe Ressourcenlenkung: Dienstleistungsorganisation — Dienstleistungscontrolling — Unternehmenshaltung

IX. Spezialgebiete der Dienstleistung: Internationale Dienstleistungen — Einfluss des Internet auf Dienstleistungen — Handelsdienstleistungen — Service Entrepreneurship

Register

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden.

Nutzung und Download von E-Books erfolgen über unsere eLibrary.

Tel.: 030/790006-0 · werbung@duncker-humblot.de · verkauf@duncker-humblot.de

www.duncker-humblot.de