



1. Aufl. 2018, XVIII, 335 S. 44 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 59,99 € (D) | 61,67 € (A) | CHF
62,00

eBook

[2] 46,99 € (D) | 46,99 € (A) | CHF
49,50

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Benedikt Lindenbeck

Steuerung von Dialogmarketingkampagnen

Reihe: Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung

- **Wirtschaftswissenschaftliche Studie**

Benedikt Lindenbeck untersucht anhand realer Daten eines Versicherungsunternehmens, inwiefern auf Basis bestehender Kundenbeziehungen Empfehlungen für die Auswahl zu adressierender Rezipienten im Dialogmarketing abgeleitet werden können. Er entwickelt eine Methodik, die eine Kombination verschiedener statistischer Analysemethoden ermöglicht, und zeigt zudem auf, dass hierdurch eine ökonomisch vorteilhafte Auswahl zu adressierender Rezipienten möglich ist. Anlass seiner Untersuchungen ist, dass das Dialogmarketing heutzutage zahlreiche Möglichkeiten bietet, potenzielle und tatsächliche Kunden anzusprechen. Die hohen Ausgaben, die auf den Einsatz entsprechender Instrumente entfallen, lassen vor dem Hintergrund mitunter geringer Erfolgsquoten Optimierungspotenziale mit Blick auf die Steuerung entsprechender Kampagnen vermuten.

40% Autorenrabatt lebenslang



Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks