
Vorwort

Im Rahmen des Kundenmanagements wurde in den vergangenen Jahren sehr viel Wert auf die Akquisition von neuen Kunden und die Kundenbindung gelegt, doch in der Literatur wurde die Kundenrückgewinnung bislang vernachlässigt.

Mit der vorliegenden Monographie wird die Relevanz eines systematischen Kundenrückgewinnungsmanagements dargestellt. Praktiker können Handlungsempfehlungen ableiten, um im Alltag ein systematisches Kundenrückgewinnungsmanagement umzusetzen und so mit der richtigen Strategie bereits verloren geglaubte Kunden zurückzugewinnen. Darüber hinaus werden auch personalpolitische Aspekte einbezogen, da Mitarbeiter einen wesentlichen Teil zum Implementierungserfolg eines Kundenrückgewinnungsmanagements beitragen.

Generell richtet sich das Buch an alle Interessenten der Thematik Kundenrückgewinnung. Dabei werden sowohl Fachleute aus der betrieblichen Praxis als auch Wissenschaftler und Studierende angesprochen. Praktiker erhalten Tipps, wie sie Kunden zurückgewinnen können. Herzlichen Dank an Angela Meffert und dem gesamten Gabler Verlag für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Darmstadt, im Winter 2014

Matthias Neu
Jana Günter

Erfolgreiche Kundenrückgewinnung
Verlorene Kunden identifizieren, halten und
zurückgewinnen

Neu, M.; Günter, J.

2015, XIII, 105 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-04806-8