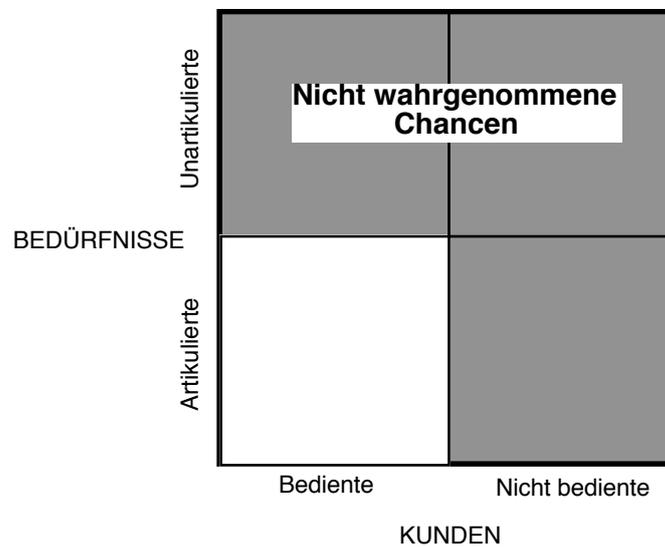


MARKETING UND VERTRIEB: JENSEITS DER „KUNDENORIENTIERTHEIT“

– Gefahren einer Kundenorientierung, die sich nur an den bestehenden Kunden und deren Artikulationsmöglichkeiten ausrichtet –



Quelle: Hamel & Prahalad, 1995