

Kunden als Wertschöpfungspartner bei Mass Customization - Eine empirische Untersuchung mittels Strukturgleichungsmodell am Beispiel ErtiRenz

400€

Projekttitlel



Firma

Fraunhofer IFF

Hochschule

Otto von Guericke Universität
Magdeburg

Ort, Datum, Unterschrift

Ort, Datum, Unterschrift

Kurzbeschreibung des Projektes

Ziel dieser Masterarbeit ist die empirische Untersuchung der Kundenintegrationskompetenz bei Mass Customization (MC). Der Begriff Mass Customization beinhaltet eine hybride Strategie mit dem Ziel, die individuellen Bedürfnisse und Präferenzen des Abnehmers zu erfüllen. Anwendungsgebiet dieser Arbeit bildet eine Untersuchung am Fallbeispiel ErtiRenz, die sich auf das Gebiet kundenindividueller Ski-Schuhe spezialisiert haben. Schwerpunkt der Analyse bildet das Schätzen eines Strukturgleichungsmodells zur Prüfung a-priori definierter Hypothesen bei MC-Kunden. Die zu untersuchenden Kausalitäten stellen hierbei Beziehungen zwischen der Kundenintegrationskompetenz und anderen latenten Variablen, wie Kundenzufriedenheit, Servicequalität etc. dar. Diese sind im statistischen Sinne zu untersuchen und Auszuwerten, sodass Aussagen bezüglich der Relationen getroffen werden können.