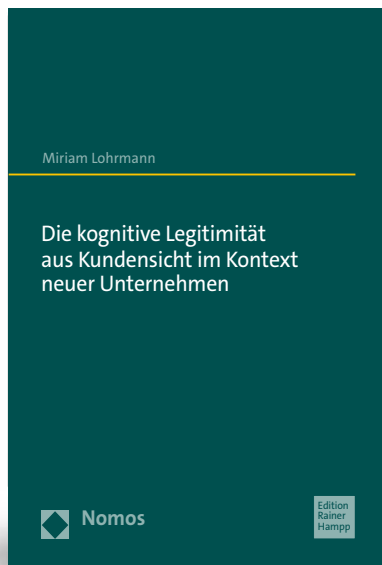


Die kognitive Legitimität aus Kundensicht im Kontext neuer Unternehmen – oder ein wichtiger Grund wie neue Unternehmen überleben können



Die kognitive Legitimität aus Kundensicht im Kontext neuer Unternehmen

Von Dr. Miriam Lohrmann

2021, 230 S., brosch., 49,- €

ISBN 978-3-98542-012-4

nomos-shop.de/isbn/978-3-98542-012-4

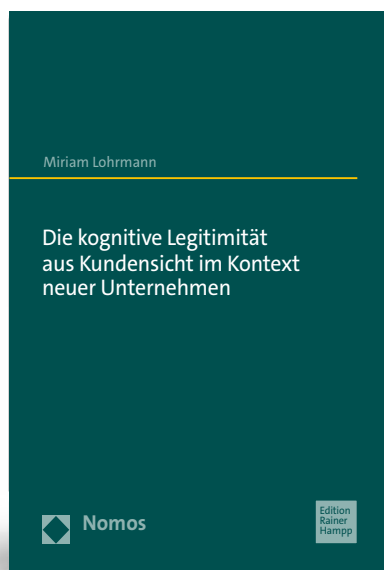
Die kognitive Legitimität aus Kundensicht ist ein fundamentaler Faktor für das Überleben neuer Unternehmen. Die auf Basis einer umfangreichen Literaturanalyse vorgenommene konsistente Konzeptualisierung sowie die Bestimmung der einheitlichen dimensional Struktur bildet die Grundlage für die Entwicklung einer dreidimensionalen Skala zur Messung der kognitiven Legitimität aus Kundensicht im

Kontext neuer Unternehmen. Diese reliable und valide Skala wird im Rahmen von zehn Studien entwickelt und adressiert das Interesse eines potenziellen Kunden, Wissen über ein Produkt und ein Unternehmen aufzubauen, seine Einschätzung über das zukünftige Bestehen des Produktes und des Unternehmens sowie seine Wahrnehmung der Kompetenz des Managements.

Bestell-Hotline +49 7221 2104-37 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail bestellung@nomos.de | Fax +49 7221 2104-43 | oder im Buchhandel

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung ohne Begründung an Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen, zurückzusenden. Bitte nutzen Sie bei Rücksendungen im Inland den kostenlosen Abholservice. Ein Anruf unter Tel. +49 7221 2104-45 genügt. Unsere Datenschutzbestimmungen finden Sie unter nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.

The Cognitive Legitimacy from the Customer´s Point of View in the Context of New Companies – or an Important Reason how New Companies can Survive



Die kognitive Legitimität aus Kundensicht im Kontext neuer Unternehmen

By Dr. Miriam Lohrmann

2021, 230 pp., pb., € 49.00

ISBN 978-3-98542-012-4

in German

nomos-shop.de/isbn/978-3-98542-012-4

Customer cognitive legitimacy is an important factor in a new business venture's survival. Based on an extensive literature review of customer cognitive legitimacy, this book examines the consistent conceptualisation of the concept and its dimensional structure. This consistent conceptualisation facilitates the development of the reliable and valid

three-dimensional customer cognitive legitimacy scale in 10 studies. The scale is based on potential customers' interest in acquiring knowledge about a product and the company responsible for it, their perception of the company's and the product's future, and their perception of how competent the company's managers are.

**Hotline for your order +49 7221 2104-37 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail orders@nomos.de | Fax +49 7221 2104-43 | or in your local bookstore**

You can withdraw from your book order without giving reasons within fourteen days. Simply send your written withdrawal within the given period to: Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen, Germany or to your bookstore. A withdrawal binds you to return the items. All costs and risks of return are payable by the addressee. You can find our privacy policy online at nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.