

Jun.-Prof. Dr. Doreén Pick

Schriftenverzeichnis (Stand: 15. August 2010)

1. Monographien

Kleinaltenkamp, M./Pick, D./Weiber, R. (2010): Business- und Dienstleistungsmarketing, Verlag Franz W. Kohlhammer, Stuttgart, forthcoming (in Bearbeitung).

Pick, D. (2008): Wiederaufnahme vertraglicher Geschäftsbeziehungen: Eine empirische Untersuchung der Kundenperspektive, Gabler Verlag, Wiesbaden.

2. Aufsätze in Sammelbänden, Handwörterbüchern und Lexika

Merkel, J./Jackson, P./Pick, D. (2009): New Challenges in Retail Human Resource Management, in: Krafft, M./Mantrala, M.K. (Hrsg.): Retailing in the 21st Century. Current and Future Trends, 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin et al., S. 257-270.

Pick, D./Krafft, M. (2009): Status quo des Rückgewinnungsmanagements, in: Link, J./Seidl, F. (Hrsg.): Kundenabwanderung. Früherkennung – Prävention – Kundenrückgewinnung, Gabler Verlag, Wiesbaden, S. 119-141.

Pick, D./Krafft, M. (2007): Erklärungsbeitrag der Attributionstheorie für das Kundenmanagement im Handel, in: Trommsdorff, V. (Hrsg.): Jahrbuch für Handelsforschung, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart, S. 343-359.

3. Zeitschriftenaufsätze

Doorn, J. van/Lemon, K./Mittal, V./Nass, S./Pick, D./Pirner, P./Verhoef, P. (2010): Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions, in: Journal of Service Research, Vol. 13, No. 3, S. 253-266.

Pick, D. (2010): Never say never - Status quo and Research Agenda for Relationship Termination in B2B Markets, in: Journal of Business Market Management, 4, S. 91-108.

Pick, D./Kannler, J. (2009): Rückgewinnungs-Pricing im Telekommunikationssektor, in: Marketing Review St. Gallen, 26. Jg., Oktober, S. 54-59.

Pick, D. (2009): Kundenrückgewinnung – Was Kunden erwarten, in: Marketing Review St. Gallen, 26. Jg., August, S. 40-45.

4. Conference Proceedings

Griese, I./Pick, D. /Kleinaltenkamp, M. (2010): Learning from single customers – The Link between Learning Orientation, Knowledge Generation Competence and Innovativeness in B2B markets, Proceedings of the 39th EMAC Conference, June, Copenhagen.

Pick, D./Kreis, H. (2010): Word-of-mouth of lost customers, in: Proceedings of INFORMS 2010 Marketing Science, Köln.

Pick, D./Kreis, H. (2010): Positive WOM – Why defected customers intend to recommend a former firm, in: Proceedings of the 39th EMAC Conference, June, Copenhagen.

Griese, I./Kleinaltenkamp, M./Pick, D. (2009): Learning through Inter-firm Single Transactions – Knowledge Generation Competence in the B2B Markets, in: Conference Proceedings of the 9th International Conference on Relationship Marketing, September/October, Berlin.

Pick, D. (2009): Impact of Price Knowledge and Price Discount Expectations on Customer Recovery - A Customer View, Conference Proceedings of the 9th International Conference on Relationship Marketing, September/October, Berlin.

Krafft, M./Pick, D. (2007): Customer`s Willingness to Reactivate a Former Relationship in: Marketing Science Conference Proceedings, Singapore.

Krafft, M./Pick, D. (2007): General willingness to reactivate a former relationship. A customer survey and experiment, in: 36th EMAC Conference Proceedings, Reykjavik, Iceland, May.

Pick, D. (2006): Lost customers – approach to win back customers, 19th EMAC Doctoral colloquium of the 35th EMAC Conference Proceedings, Athens.

Pick, D. (2005): Lost customers – approaches to winning back customers, 2ND WORKSHOP ON RELATIONSHIP MARKETING, Brussels.

5. Sonstige Beiträge

Pick, D. (2010): Kunden übernehmen Unternehmensaufgaben. Der Konsument als Produzent, Buchrezension: unter: <http://www.n-tv.de/panorama/lesenhoeren/Der-Konsument-als-Produzent-article742299.html>

Pick, D. (2009): Lukrative Marketing-Potentiale, in: Asien Kurier, 3. Jg., Mai, S. 8-9.

Müller, D./Pick, D. (2009): Enttäuschte Erwartungen, in: aktuell Asia, o. Jg., März, S. 8-14.

6. Vorträge

„Kundenabwanderung und Rückgewinnungsmanagement – Status quo“ Humboldt-Universität, Berlin, 29. Juni 2010.

„Beendigung und Wiederaufnahme von Geschäftsbeziehungen“, HAW Hamburg, 22. Juni 2010.

„Entwicklung von professionellen Geschäftsbeziehungen, ihre Beendigung und Wiederaufnahme“ Technische Universität Bergakademie Freiberg, 17. Mai 2010.

„Einflussgrößen der Wiederaufnahme vertraglicher Geschäftsbeziehungen“, Institut für Marketing und Medien, Universität Hamburg, 7. Juli 2009.

„Kundenabwanderung und Kundenrückgewinnung“, Fachbereich Marketing, Fachhochschule Hannover, 15. November 2008.

7. Konferenzorganisation/-leitung

19./20. November 2010: Habilitantentreffen für Deutschland, Österreich und Schweiz, Berlin

29. September-1. Oktober 2009: 9th International Conference on Relationship Marketing, Berlin (Co-Chair mit Michael Kleinaltenkamp)