

# MARKETING

ZFP – Journal of Research and Management

Gaia Rancati, Sabrina Bartolotta, Maurizio Mauri, Carsten D. Schultz, Alice Chirico, and Andrea Gaggioli

## **Young Customer Responses to Service Robots vs. Humans in Luxury Retail: A Multidisciplinary Approach**

Claudia Franke, Andrea Gröppel-Klein, and Natalie Matla

## **Understanding the Influence of Chatbot Human-Likeness on User Satisfaction in Erroneous Customer-Chatbot Interactions**

Heribert Gierl

## **The Color of Togetherness: A Theoretical Contribution to the Research on Color Effects**

Volume 46

**2/2024**

2. Quarter 2024

**C.H.BECK · Vahlen · Munich**

# Der Klassiker zum Relationship Marketing.



Bruhn  
**Relationship Marketing**  
6. Auflage. 2022. XIX, 459 Seiten.  
Gebunden € 44,90  
ISBN 978-3-8006-6622-5  
**Portofreie Lieferung**  
☰ [vahlen.de/32392584](https://vahlen.de/32392584)

## Die Beziehungsführerschaft

zum Kunden rückt neben den klassischen Wettbewerbsvorteilen, wie der Qualitäts- und Kostenführerschaft, als **strategischer Erfolgsfaktor** zunehmend in den Mittelpunkt. Deshalb gewinnt das Relationship Marketing – verstanden als das Management von Kundenbeziehungen – für Unternehmen an Bedeutung.

## Das Buch

gibt einen umfassenden Überblick über die Grundlagen eines effektiven und **effizienten Einsatzes** des Relationship Marketing für Unternehmen. Es entwickelt einen **systematischen Managementansatz** und stellt darauf aufbauend alle **notwendigen Phasen** des Managements von Kundenbeziehungen ausführlich dar. Schwerpunkte liegen auf den folgenden Aspekten:

- Analyse des Relationship Marketing,
- Strategische Ausrichtung und operative Umsetzung des Relationship Marketing,
- Implementierung und Kontrolle des Relationship Marketing,
- Institutionelle Besonderheiten des Relationship Marketing.

## Aktuelle Entwicklungen

des Relationship Marketing sind integriert, wie zum Beispiel **Social Media-Kommunikation** oder **Customer Experience Management**.

# MARKETING

## ZFP – Journal of Research and Management

Volume 46  
2/2024

### Founded by

Prof. Dr. Dr. h.c. *Erwin Dichtl*, University of Mannheim, Prof. Dr. Dr. h.c. *Rudolf Gumbel*, Goethe University Frankfurt/M., Prof. Dr. *Werner Kroeber-Riel*, Saarland University, Prof. Dr. *Hans Raffée*, University of Mannheim, Prof. Dr. *Bruno Tietz*, Saarland University

### EDITORS-IN-CHIEF

*Daniel Baier*, University of Bayreuth, Germany

*Joerg Koenigstorfer*, Technical University of Munich, Germany

### EDITORS

*Yasemin Boztuğ*, University of Göttingen, Germany

*Heribert Gierl*, University of Augsburg, Germany

*Andrea Gröppel-Klein*, Saarland University, Germany

*Lutz Hildebrandt*, Humboldt-University Berlin, Germany

*Hans Mühlbacher*, University of Monaco, Principality of Monaco

*Henrik Sattler*, University of Hamburg, Germany

*Bernhard Swoboda*, University of Trier, Germany

*Dirk Temme*, University of Wuppertal, Germany

*Udo Wagner*, Modul University Vienna, Austria

### EDITORIAL BOARD

*Richard P. Bagozzi*, University of Michigan, USA

*Ingo Balderjahn*, University of Potsdam, Germany

*Carsten Baumgarth*, Berlin School of Economics and Law, Germany

*Hans Baumgartner*, Pennsylvania State University, USA

*David R. Bell*, University of Pennsylvania/Philadelphia, USA

*Marnik G. Dekimpe*, Tilburg University and KU Leuven, Netherlands/Belgium

*Pierre Desmet*, ESSEC Business School, France

*Martin Eisend*, European University Viadrina Frankfurt/Oder, Germany

*Franz-Rudolf Esch*, EBS Business School, Germany

*Paul W. Farris*, University of Virginia, USA

*Martin Fassnacht*, WHU – Otto Beisheim School of Management, Germany

*Marc Fetscherin*, Rollins College, Florida, USA

*Marc Fischer*, University of Cologne, Germany

*Thomas Foscht*, University of Graz, Austria

*Wolfgang Fritz*, Braunschweig University of Technology, Germany

*Karen Gedenk*, University of Hamburg, Germany

*Claas Christian Germelmann*, University of Bayreuth, Germany

*Dominique Hanssens*, University of California/Los Angeles, USA

*Oliver P. Heil*, Johannes Gutenberg University Mainz, Germany

*Andrea Hemetsberger*, University of Innsbruck, Austria

*Thorsten Hennig-Thurau*, University of Münster, Germany

*Stefan Hoffmann*, Christian-Albrechts-University of Kiel, Germany

*Harald Hruschka*, University of Regensburg, Germany

*Frank Huber*, Johannes Gutenberg University Mainz, Germany

*Frank Jacob*, ESCP Business School Berlin, Germany

*Daniel Klapper*, Humboldt-University of Berlin, Germany

*Martin Klarmann*, Karlsruhe Institute of Technology, Germany

*Michael Kleinaltenkamp*, Freie Universität Berlin, Germany

*Nicole Koschate-Fischer*, Friedrich-Alexander-University Erlangen-Nürnberg, Germany

*Manfred Krafft*, University of Münster, Germany

*Tobias Langner*, University of Wuppertal, Germany

*Gilles Laurent*, HEC School of Management Paris, France

*Peter Leeflang*, University of Groningen, Netherlands

*Michael Lingenfelder*, Philipps-University Marburg, Germany

*Kristian Möller*, Helsinki School of Economics, Finland

*Thomas Otter*, Goethe University Frankfurt, Germany

*Christian M. Ringle*, Hamburg University of Technology, Germany

*Stefan Roth*, University of Kaiserslautern-Landau, Germany

*Marko Sarstedt*, Ludwig-Maximilians-University Munich, Germany

*Christian D. Schade*, Humboldt-University of Berlin, Germany

*Bodo Schlegelmilch*, Vienna University of Economics and Business, Austria

*Hanna Schramm-Klein*, University of Siegen, Germany

*Hermann Simon*, Simon-Kucher & Partners, Bonn/Boston, Germany/USA

*Bernd Skiera*, Goethe University Frankfurt, Germany

*Michael Steiner*, Witten-Herdecke University, Germany

*Martina Steul-Fischer*, Friedrich-Alexander-University Erlangen-Nürnberg, Germany

*Nicola Stokburger-Sauer*, University of Innsbruck, Austria

*Stefan Stremersch*, Erasmus Research Institute of Management, Netherlands

*Harald van Heerde*, Massey University Auckland, New Zealand

*Fred van Raaij*, Tilburg University, Netherlands

*Markus Voeth*, University of Hohenheim, Germany

*Gianfranco Walsh*, Friedrich Schiller University Jena, Germany

*Rolf Weiber*, University of Trier, Germany

*Klaus Wertenbroch*, INSEAD Europe Campus, France

*Raimund Wildner*, GfK Nuremberg, Germany

*Robert Wilken*, ESCP Europe Berlin, Germany

*Herbert Woratschek*, University of Bayreuth, Germany

*Stephan Zielke*, University of Wuppertal, Germany

## CONTENT

Editorial . . . . .	2
Young Customer Responses to Service Robots vs. Humans in Luxury Retail: A Multidisciplinary Approach By <i>Gaia Rancati, Sabrina Bartolotta, Maurizio Mauri, Carsten D. Schultz, Alice Chirico, and Andrea Gaggioli</i> . . . . .	3
Understanding the Influence of Chatbot Human-Likeness on User Satisfaction in Erroneous Customer-Chatbot Interactions By <i>Claudia Franke, Andrea Gröppel-Klein, and Natalie Matla</i> . . . . .	20
The Color of Togetherness: A Theoretical Contribution to the Research on Color Effects By <i>Heribert Gierl</i> . . . . .	32
Imprint . . . . .	2