



 Marwa Salah &  Mohamed A. Abou-Shouk

Full Paper — Published Version

The effect of customer relationship management practices on airline customer loyalty

Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing



Suggested Citation: Salah, M. & Abou-Shouk, M.A. (2019). The effect of customer relationship management practices on airline customer loyalty. Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing, ISSN 2529-1947, Vol. 5, Iss. 2, pp. 11-19.
<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3601669>

Persistent identifier (URN):

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-66331-7>

Όροι χρήσης:

Το παρόν έγγραφο μπορεί να αποθηκευτεί και να αναπαραχθεί για προσωπική και ακαδημαϊκή χρήση.

Το έργο αυτό προστατεύεται από άδεια πνευματικών δικαιωμάτων Creative Commons Αναφορά Δημιουργού – Μη Εμπορική Χρήση – Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 (CC BY-NC-ND).

Επιτρέπεται στο κοινό να έχει ελεύθερη πρόσβαση στο έργο και να το διανέμει εφόσον γίνει αναφορά στο πρωτότυπο έργο και τον δημιουργό του, ωστόσο, απαγορεύεται οποιαδήποτε τροποποίηση του ή τυχόν παράγωγα έργα, καθώς και η χρήση, αξιοποίηση ή αναδιανομή του για εμπορικούς σκοπούς.

Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

This work is protected by intellectual rights license Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).

Free public access to this work is allowed. Any interested party can freely copy and redistribute the material in any medium or format, provided appropriate credit is given to the original work and its creator. This material cannot be remixed, transformed, build upon, or used for commercial purposes.



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>