

Inhaltsverzeichnis

Autorenverzeichnis	XV
--------------------------	----

Teil I: Instrumente

<i>Hajo Hippner und Klaus D. Wilde</i> CRM – Ein Überblick	3
<i>Werner Pepels</i> Qualitäts- und Zufriedenheitsmessung als CRM-Basis	39
<i>Christina Schmitt</i> Chancen für Loyalitätsprogramme durch das Internet: das Beispiel Lufthansa Miles & More	71
<i>Roland Schmid, Volker Bach und Hubert Österle</i> CRM bei Banken: vom Produkt zum Prozeßportal.....	87
<i>Hans Wicher</i> Nachkaufmarketing.....	103
<i>Werner Pepels</i> Grundzüge des Beschwerdemanagements	117
<i>Axel Eggert</i> Kundencenter als Instrument der Kundenbindung	133
<i>Michael Bernecker und Florian Hüttl</i> Kundenclubs	155
<i>Hagen J. Sexauer und Marc Wellner</i> Vertriebssteuerung durch operative CRM-Systeme: Anwendungsstand und Nutzenpotenziale in der betrieblichen Praxis.....	179

<i>Uwe Ritter</i>	
Multi-Channel-Management als Differenziator am Markt.....	195
<i>Hajo Hippner und Klaus D. Wilde</i>	
Data Mining im CRM	211
<i>Werner Pepels</i>	
Darstellung und Bedeutung des Kundenlebenszeitwerts im Business to Business-Marketing.....	233
<i>Jens Kirchner</i>	
Wertorientierte Ausrichtung der Neukundengewinnung.....	269

Teil II: Einführungskonzepte und Organisation

<i>Stefan Helmke und Wilhelm Dangelmaier</i>	
Ganzheitliches CRM-Audit als Basis einer erfolgreichen Einführung von CRM	293
<i>Stefan Helmke, Dörte Brinker und Helge Wessoly</i>	
Change Management – ein kritischer Erfolgsfaktor bei der Einführung von CRM	305
<i>Hans Wicher</i>	
Kundenorientierte Organisationsformen	317
<i>Jan Helmke</i>	
Electronic Commerce – Ein Merkmal zur kundenorientierten Gestaltung unternehmensweiter Informationssysteme	329
<i>Matthias F. Uebel</i>	
Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen für CRM-Lösungen.....	341
<i>Michael Zapf</i>	
Prozeßgestaltung im Communication Center	357
<i>Catherine Suzanne Mennicken, Marcus Grebe und Klaus W. Jereb</i>	
Im Spannungsfeld von Kostenoptimierung und Kundenzufriedenheit: Das Siemens ICN-Service Center im Praxistest.....	373
<i>Jürgen Zirke und Angelika Wiersgalla</i>	
Informationsprozesse im Kundenmanagement	391

<i>Winfried Felser</i>	
Virtuelle Competence Center.....	409
<i>Axel Busch und Timo Langemann</i>	
Unternehmensübergreifende Planung als Schnittstelle zwischen CRM und SCM.....	423
<i>Axel Hahn</i>	
Adaptives Informationsmanagement für ein kundenorientiertes Customer Relationship Management.....	439
<i>Frank Otto und Jeanne G. Surmont</i>	
Customer Service.....	451