

# Inhaltsverzeichnis

Hinweise für den Leser .....	XI
Verzeichnis der Best Practices .....	XIII
Verzeichnis der Checklisten .....	XIV
Abbildungsverzeichnis .....	XV
<b>1. Service Business als Idee – Standards für Innovationen ...</b>	<b>1</b>
1.1 Zukunftsperspektiven für Dienstleistungen in Europa .....	7
1.2 Die Kombination von Sach- und Dienstleistungen .....	13
1.3 Dienstleistungsqualität als Wachstumsfaktor .....	19
1.4 Service Business und Unternehmensleitbild .....	23
1.5 Modulare und virtuelle Organisationsformen .....	26
1.6 Die Service Business Szenarien .....	34
<b>2. Den Ideen folgen Taten – Integrierte Analyse .....</b>	<b>41</b>
2.1 Die integrierte Analyse im Service Business .....	49
2.2 Die Qualität der Informationsbeschaffung .....	60
2.3 Business Clearing zur Analyse des Umfeldes .....	63
2.4 Die Praxis der Kundenzufriedenheitsanalyse .....	66
2.5 Mitarbeiter als wichtige Informationsquelle .....	80
2.6 Durch Benchmarking besser als der Wettbewerb .....	96
<b>3. Qualität statt Quantität – Die Wachstumsstrategie .....</b>	<b>101</b>
3.1 Prozeßorientierung als Herausforderung .....	108
3.2 Aspekte eines dynamischen Managementsystems .....	110
3.3 Service Business als (Lern-)Prozeß .....	114
3.4 Vom Mitarbeiter zum Mitunternehmer? .....	123
3.5 Die Infrastruktur einer Strategie im Service Business .....	130
3.6 Einführung eines dynamischen Managementsystems .....	142
<b>4. Kombination ist alles – Das Erfolgsprogramm .....</b>	<b>147</b>
4.1 Innovatives Leistungsmix und professionelles Pricing .....	151
4.2 Call Center-Konzepte als Dialogmarketing .....	163
4.3 Partnerkonzepte zum professionellen Beziehungsaufbau .....	173
4.4 Vernetzte Wertschöpfung mit Efficient Consumer Response ..	183

4.5	Kundennähe durch prozeßorientierte Logistik .....	189
4.6	Service-Design zur Positionierung des Leistungsangebots ...	192
<b>5.</b>	<b>Die Erfolgsbasis stärken – Personalentwicklung .....</b>	<b>207</b>
5.1	Konsequente Dienstleistungsorientierung als Erfolgsfaktor ..	212
5.2	Ein Muß: Individuelle Personalentwicklungsprogramme ....	220
5.3	Kundenzufriedenheit durch kooperative Feedbackprozesse ..	226
5.4	Mitarbeiter führen und begeistern .....	235
5.5	Leistung durch Teamentwicklung und Empowerment .....	239
<b>6.</b>	<b>Auf dem laufenden bleiben – Controlling im Service Business</b>	<b>247</b>
6.1	Controlling im Service Business als integratives Konzept ....	252
6.2	Strategien und Maßnahmen auf dem Prüfstand .....	257
6.3	Das Service Business als Wertschöpfungscenter .....	262
6.4	Controlling und Qualitätsmanagement .....	274
6.5	Instrumente eines ganzheitlichen Prozeßcontrollings .....	278
6.6	Führungsinformationen gezielt nutzbar machen .....	290
<b>7.</b>	<b>Zukunft findet statt – die Wegbestimmung .....</b>	<b>297</b>
7.1	Wo fängt man an? – Umbau statt Anbau .....	300
7.2	Sechs Schritte – ein Weg .....	303
7.3	Warum auch Sie beginnen sollten! .....	307
	Autoren-Kurzbiographie .....	309
	Literaturverzeichnis .....	311
	Stichwortverzeichnis .....	313