

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Electronic Customer Care: Neue Chancen - neue Herausforderungen.....	1
1.2. Ziele und Adressaten des Buches	4
1.3. Aufbau des Buches	6
2. Grundlagen und Beispiel	11
2.1. Redesign der Anbieter-Kunden-Beziehung	11
2.2. Der Customer Buying Cycle (CBC) als Strukturierungstechnik zur Analyse der Anbieter-Kunden-Beziehung	14
2.3. Der Customer Buying Cycle am Beispiel eines Softwarehauses	19
3. Die ECC-Informationstechniken (und -Services)	23
3.1. Definition ECC-Informationstechnik und -Service	23
3.2. Strukturierung der ECC-Informationstechniken und -Services	26
3.2.1. Anforderungen an die ECC-Klassen	26
3.2.2. Ableiten der ECC-Klassen.....	27
3.3. IT-Trends und die Auswirkungen auf Electronic Customer Care	33
3.3.1. Multimedia/Interaktivität	34
3.3.2. Standardisierung	36
3.3.3. Vernetzung/e-Home.....	38
3.3.4. Intelligente Systeme.....	39
3.3.5. Integration.....	41
3.3.6. "Multimode Access"	43
3.3.7. Sicherheit	44

4. Neue Konzepte in der Anbieter-Kunden-Beziehung	47
4.1. Allgemeine (CBC-neutrale) Trends in der Anbieter-Kunden- Beziehung	48
4.1.1. 24-Stunden-Service.....	50
4.1.2. Kundenselbstbedienung und Abnehmerqualifikation.....	50
4.1.3. Individualisierung der Anbieter-Kunden-Beziehung (One- to-One-Marketing).....	52
4.1.4. Push-Informationen	55
4.1.5. Information on Specific Demand.....	57
4.1.6. Integration der Kundenprozesse	58
4.1.7. Neue Geschäftsmodelle	60
4.1.8. Zielgruppenspezifische Komplettlösungen ("Problemlösungspakete")	62
4.2. Trends pro Phase des Customer Buying Cycles	64
4.2.1. Anregungsphase.....	64
4.2.2. Evaluationsphase	68
4.2.3. Kaufphase	70
4.2.4. After Sales Phase	73
4.3. Beurteilung des IT-Einsatzes in der Anbieter-Kunden- Beziehung	76
4.3.1. Nutzen des Electronic Customer Care	77
4.3.2. Beurteilung des Electronic Customer Care durch die Anbieter	80
5. Kriterien für erfolgreiche ECC-Lösungen.....	83
5.1. Angemessenheit der Lösung ("Focused Offer")	84
5.2. Ausnutzung der Redesign-Potentiale	86
5.3. Integration der ECC-Informationssysteme und Aufbereiten der Kundeninformationen	88

6. Zusammenfassung und Ausblick	93
6.1. Ergebnisse der Arbeit.....	93
6.2. Die zukünftige Entwicklung von Electronic Customer Care und die Auswirkungen	96
Anhang I: Die ECC-Datenbank.....	101
AI.1. Zielsetzung und Komponenten der Datenbank	101
AI.2. Möglichkeiten zur Suche in der Datenbank	105
AI.2.1. Abfragen.....	105
AI.2.2. Listen.....	106
AI.2.3. Specials	107
AI.3. Ein Modell für die Weiterführung der Datenbank	107
AI.4. Übersicht über die Datenbankinhalte	108
AI.4.1. Liste der ECC-Fallbeispiele	108
AI.4.2. Liste der ECC-Informationstechniken (und -Services).....	114
AI.4.3. Liste der ECC-Produkte	116
AI.5. Installationsanweisung	118
Anhang II: Die ECC-Befragung	121
AII.1. Der ECC-Fragebogen	121
AII.2. Fragebogenrücklauf	122
Literaturverzeichnis	123
Abkürzungsverzeichnis	131
Index.....	135