

---

# Inhaltsverzeichnis

## Teil 1: Grundlagen

1	CRM und CRM-Systeme – Grundlagen und Übersicht.....	3
	<i>Matthias Meyer</i>	
1	Einleitung.....	3
1.1	Motivation	
1.2	Zielsetzung	
2	CRM und CRM-Systeme .....	8
2.1	Idee des CRM	
2.2	Grundlagen von CRM-Systemen	
3	Überblick über das Buch.....	15
4	Abschließende Bemerkungen.....	18
2	CRM-Systeme und Basistechnologien .....	21
	<i>Michael Amberg, Jörg Schumacher</i>	
1	CRM-Systeme .....	21
1.1	Grundlagen	
1.2	Funktionale Betrachtung integrativer CRM-Systeme	
1.3	Grundlegende Architekturaspekte integrativer CRM-Systeme	
2	CRM-Basistechnologien.....	42
2.1	Internettechnologien	
2.2	Datenhaltungstechnologien	
2.3	Integrationstechnologien	
2.4	Telekommunikationstechnologien	
2.5	Mobile Technologien	
2.6	Sicherheitstechnologien	

3	Integrierte Prozessabwicklung aus Sicht der Kundenbeziehung – Eine Übersicht.....	61
	<i>Konrad Walser</i>	
1	Einleitung.....	61
	1.1 Zielsetzung und Problemstellung	
	1.2 Definitionen	
2	Voraussetzung zur Diskussion des Prozessüberblicks .....	64
	2.1 Inbound- und Outbound-Prozesse	
	2.2 Geschäftsvorfälle und erforderliche Integrationsstufen	
	2.3 Kanalwahl-Entscheide	
3	Strukturierung von CRM-Prozessen.....	67
	3.1 Prozessüberblick	
	3.2 Rollen und deren Aufgaben	
	3.3 Strategische Prozesse oder Programme	
	3.4 Taktisch-analytische Prozesse	
	3.5 Operative Prozesse	
4	Zusammenfassung und Ausblick.....	80

## **Teil 2: Modellierung und Konzeption**

4	Prozessmodellierung und Kundenintegration .....	89
	<i>Ralf Knackstedt, Beate Dablke</i>	
1	Aufgabe der Kundenintegration.....	89
2	Multiperspektive Prozessmodellierung .....	92
3	Modellierungstechnik für die Kundenintegration.....	94
	3.1 Integrationsumfeld	
	3.2 Auswahl von Modelltypen und allgemeine Modellierungskonventionen	
	3.3 Spezielle Layoutkonventionen zur Unterstützung von Analysestrukturen	
4	Anwendung der Modellierungstechnik.....	108
5	Schlussbemerkungen und Ausblick .....	111

---

5	Die Integration des Wissensmanagement in den Entwicklungsprozess von CRM-Systemen .....	117
	<i>Andreas Oberweis, Oliver Paulzen, Hagen J. Sexauer</i>	
1	Problemstellung und Zielsetzung .....	117
2	Zusammenhänge zwischen Kunden-, CRM- und Wissensprozessen .....	119
	2.1 Kunden- und CRM-Prozesse	
	2.2 Einbeziehung von Wissensprozessen	
3	Modellierung von Wissensprozessen .....	124
4	Vorgehensmodell .....	127
5	Anwendungsbeispiel .....	130
6	Ausblick .....	132
6	Die Bedeutung von Business Rules im Customer Relationship Management .....	137
	<i>Marcel Pfabrer, Konrad Walser</i>	
1	Einleitung .....	137
2	Business Rules .....	138
	2.1 Begriff	
	2.2 Arten von BR	
	2.3 ECAA-Notation	
	2.4 Automatisierung von BR	
3	Customer Relationship Management .....	140
	3.1 Begriff	
	3.2 Erforderliche Architektur	
	3.3 Zusammenhänge BR und Metadaten-Management	
4	CRM-Prozesse .....	142
	4.1 Datenbereitstellungs- oder ETL-Prozess	
	4.2 Datenanalyse-Prozess	
	4.3 Exkurs: Beispiel eines Cross-Selling-Modells	
	4.4 Kampagnen-Management	
	4.5 Operative Umsetzung von CRM-Prozessen	

5	Veranschaulichung der Automatisierungs- und Integrationsmöglichkeiten .....	147
6	Schlussbemerkungen .....	151

### **Teil 3: Einführung und Integration**

7	Erfahrungen bei der Implementierung eines eCRM-Systems bei einem Internetanbieter .....	159
	<i>Dieter Hertweck, Rebecca Bulander</i>	
1	Einleitung.....	159
2	Customer Relationship Management.....	160
	2.1 CRM-Einführungsmodelle im Überblick	
	2.2 Customer Relationship Management: Mensch – Organisation – Technologie	
	2.3 Besonderheiten des verteilten Arbeiten mit einem eCRM-System	
3	Darstellung der Einführung eines eCRM-Systems bei einem Internetspieleanbieter .....	163
	3.1 CRM-Einführungsmodelle im Überblick	
	3.2 Lösungsansatz in zehn Schritten	
	3.3 eCRM-Einführung bei einem Internetspieleanbieter	
	3.4 Ergebnisse und Erfahrungen	
4	Verdichtung der Ergebnisse in einem Vorgehensmodell.....	177
	4.1 Darstellung des Vorgehensmodells	
	4.2 Klassifizierung des Vorgehensmodells	
5	Zusammenfassung und Ausblick.....	181
8	Einführung von CRM-Systemen – Erfahrungen aus der Gründung einer Vertriebsbank .....	183
	<i>Rüdiger Weißbach</i>	
1	Ausgangssituation.....	183
2	Grundsätzliches Geschäftskonzept.....	184
3	Entwicklung Architektur .....	185
	3.1 Erster Planungsansatz	
	3.2 Planungsmodifikation	

---

4	Produktauswahl.....	187
4.1	CRM-Software	
4.2	Banksoftware	
4.3	Randsysteme	
4.4	Anpassungen	
4.5	Übersicht über die Anwendungsarchitektur	
5	Planungs- und Implementierungsprozesse .....	189
5.1	Methodischer Hintergrund	
5.2	Templates	
5.3	Projektdurchführung	
5.4	Vorgehensweise nach der Produktionsaufnahme	
6	Fazit.....	195
9	Enterprise Application Integration – Grundlagen .....	199
	<i>Matthias Meyer, Stefan Weingärtner</i>	
1	EAI-Idee und Begriffe .....	199
1.1	Ausgangspunkt der Überlegungen	
1.2	Definition und Abgrenzung von EAI	
1.3	Möglichkeiten von EAI und Barrieren	
2	Formen der Integration .....	208
2.1	Integrationstiefe	
2.2	Integrationsgrad	
3	Integrationsansätze .....	212
4	XML und EAI .....	225
5	Abschließende Bemerkungen.....	227
10	Systementscheidung Enterprise Application Integration .....	231
	<i>Wilhelm Dangelmaier, Lotbar Buhl, Jörg Christ, Ulrich Pape, Michael Rütber</i>	
1	Motivation für Enterprise Application Integration .....	231
1.1	Orientierung anhand des Ebenenmodells	
1.2	EAI-Projekte und Szenarien	

2	Differenzierung von EAI-Software.....	237
2.1	Klassifizierung nach Integrationsmethoden	
2.2	Klassifizierung nach EAI-Architekturen	
2.3	Datenintegration versus Prozessintegration	
3	Auswahl und Bewertung von EAI-Software .....	241
3.1	Kriteriengruppen und Ausschluss-Kriterien	
3.2	Bewertungsmodelle	
4	Aktuelle Ergebnisse einer EAI-Marktstudie.....	247
4.1	Marktüberblick	
4.2	Exemplarische Darstellung eines EAI-Systemanbieters	
5	Fazit.....	253
11	Anforderungen an eine Integrationsplattform am Beispiel Union Investment.....	255
	<i>Marcus Hunsicker</i>	
1	Integration – wesentlicher Erfolgsfaktor für CRM-Systeme?.....	255
2	Optionen für die Integration eines CRM-Systems.....	258
2.1	Problemstellung	
2.2	Auswahlprozess der Integrationsplattform bei der Union Investment	
3	Von der Anwendungs- zur Prozessintegration .....	262
 <b>Teil 4: Evaluation von CRM-Maßnahmen und -Systemen</b>		
12	Bewertung von CRM-Prozessen .....	269
	<i>Hajo Hippner, Martina Leber, Klaus D. Wilde</i>	
1	Customer Relationship Management.....	270
2	Kernkompetenzen im CRM-Prozess.....	272
3	Bewertung des Erfolges von CRM-Prozessen .....	275
3.1	Wirkungskette des CRM-Prozessmanagements	
3.2	Unternehmensübergreifende Analysen zum Erfolg von CRM-Prozessen	
3.3	Unternehmensspezifische Analysen zum Erfolg von CRM-Prozessen	
4	Ausblick: Kombinierte Analysen zur Erfolgsmessung von CRM-Prozessen .....	291

---

13	Die CRM-Scorecard – Strategische Steuerung und Analyse kundenorientierter Geschäftsprozesse .....	295
	<i>Frank Säuberlich, Klaus-Peter Huber, Claudia Böhm</i>	
1	Einleitung.....	295
2	Das Konzept der Balanced Scorecard.....	296
	2.1 Erweiterte Perspektiven und strategische Ziele für das CRM	
	2.2 Bestimmung von Kennzahlen	
3	Die Web Scorecard – Anwendungsbeispiel einer CRM-Scorecard im E-Business .....	300
	3.1 Das Web als wichtiges Element eines CRM-Konzeptes	
	3.2 Entwicklung einer Web Scorecard	
	3.3 Realisierung einer Web Scorecard	
4	Fazit.....	309

## **Teil 5: Neuere Entwicklungen und Ausblick**

14	CRM für multiple Anbieter-Abnehmer-Beziehungen bei B2B-Internetmarktplätzen.....	313
	<i>Michael Amberg, Jörg Schumacher</i>	
1	Einleitung.....	313
2	Traditionelles Customer Relationship Management (CRM).....	314
	2.1 Begriffsverständnis	
	2.2 CRM-Ansätze in Wissenschaft und Praxis	
3	CRM im Bereich von Internetmarktplätzen.....	317
	3.1 Analyse der Ausgangssituation	
	3.2 Empirische Überprüfung	
4	Potenzielle CRM-Dienstleistungen.....	323
	4.1 Analyse potenzieller CRM-Dienstleistungen	
	4.2 Empirische Evaluierung	

---

5	Aspekte der Entwicklung potenzieller CRM-Dienstleistungen des Marktplatzanbieters .....	332
5.1	Vorgehensweise zur Entwicklung	
5.2	Rechtliche Rahmenfaktoren	
6	Abschließende Betrachtung .....	339
15	Integration von CRM und CRM-Systemen – Empfehlungen und Ausblick .....	345
	<i>Matthias Meyer</i>	
1	Einführungsvoraussetzungen .....	345
2	Integrationsempfehlungen .....	348
2.1	Organisatorische Integration	
2.2	Prozessuale Integration	
2.3	Technische Integration	
3	Fazit und Ausblick .....	354
	 Autorenverzeichnis .....	 357
	 Schlagwortverzeichnis .....	 363