

# Inhalt

① Die Schaffung von Werten: Das Allermodernste	13
2 Erkennen Sie Ihre Kunden – Erkennen Sie sich selbst	41
3 Das Oberste zuunterst und das Innere nach außen: Schaffung der Kundenwertkultur	73
4 Kundenzufriedenheit und Wertwahrnehmung messen	101
5 Kundenbeziehungen managen	155
6 Reden wir über Ihr Versprechen: Wie erreicht man eine betriebliche Leistung höchster Qualität	175
⑦ Die Wertschöpfer: Menschen	221
8 Sich auf Veränderungen vorbereiten	261
9 Entwickeln Sie Ihr Aktionsprogramm	283
10 Bleiben Sie Ihrer Leistung auf der Spur	317
Bibliographie	355
Register	359