

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung	1
1.1 Grundlagen	1
1.2 Einführende Beispiele	6
2. Kundenkontaktbericht, Kundenportfolio und Kundendatenbank	12
2.1 Überblick	12
2.2 Kundenkontaktbericht	13
2.2.1 Arten	14
2.2.1.1 Standardberichte	14
2.2.1.2 Sonderberichte	16
2.2.2 Struktur	17
2.2.2.1 Kopfdaten	17
2.2.2.2 Berichtsteil	17
2.2.2.2.1 Formatierte Teile	17
2.2.2.2.2 Nicht-formatierte Teile	18
2.2.2.3 Verteiler	18
2.2.3 Dynamische Generierung von Berichtsstrukturen	19
2.3 Kundenportfolio	20
2.3.1 Überlegungen zur Auswahl von Einflußfaktoren	20
2.3.1.1 Grundlagen	20
2.3.1.2 Unabhängigkeit von Faktoren	22
2.3.1.3 Informationseinheit und Datenvolumen	23
2.3.2 Abgrenzung der Einflußfaktoren	23
2.3.2.1 Übersicht	24
2.3.2.2 Bewertungskriterien der Umweltkomponente	25
2.3.2.3 Bewertungskriterien der Unternehmenskomponente	26
2.3.3 Zusätzliche Wettbewerbsinformationen	27
2.3.4 Erfassen der Einflußfaktoren	27

2.3.5	Bewerten der Einflußfaktoren	28
2.3.6	Darstellungsformen	29
2.4	Kundendatenbank	32
2.4.1	Überblick	32
2.4.2	Inhalt	32
2.4.3	DV-technische Integration	34
2.5	Nutzeffekte	34
3.	Kundenkontaktplanung und -vorbereitung	37
3.1	Überblick	37
3.2	Auswählen von Kunden und Anfragen	38
3.2.1	Ansätze zum Verteilen der Verkaufsbemühungen	39
3.2.1.1	Ein-Faktorielle Ansätze	39
3.2.1.2	Portfolio-Ansätze	39
3.2.1.3	Entscheidungsmodell-Ansätze	40
3.2.2	Operationalisieren von Beurteilungskriterien	40
3.2.2.1	Kundenbedeutung	40
3.2.2.2	Anfragebedeutung	45
3.3	Akquisition neuer Kunden	47
3.3.1	Informationsquellen	47
3.3.2	Qualifizierung von potentiellen Kunden	47
3.4	Sonderangebotsaktionen und Produktinnovationen	48
3.5	Analyse der Entwicklung von Geschäftsbeziehungen	49
3.5.1	Problemstellung	49
3.5.2	Indikatoren mit Frühwarncharakter	49
3.5.3	Abfragesysteme zur Frühwarnung	51
3.5.4	Automatisierte Frühwarnung	53
3.6	Quantitative Modelle	54
3.7	Nutzeffekte	55
4.	Produktauswahl	57
4.1	Überblick	57
4.2	Elektronische Produktkataloge	58
4.2.1	Funktionen eines Elektronischen Produktkatalogs	58
4.2.1.1	Funktionsübersicht	58
4.2.1.2	Direkte Selektion	58
4.2.1.3	Technische Berechnungen	59
4.2.1.4	Konfiguration	60
4.2.1.5	Selektion von Alternativen	63
4.2.1.6	Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen	66
4.2.1.7	Grafische Funktionen	68
4.2.1.8	Integration administrativer Tätigkeiten	69

4.2.1.9	Exkurs: Rechtliche Aspekte von Leistungs- und Wirtschaftlichkeitsvergleichen sowie der Speicherung von Kunden- und Konkurrenzdaten	70
4.2.2	Produktkatalog für ein Kfz-Zulieferunternehmen	71
4.2.2.1	Direkte Selektion	72
4.2.2.2	Technische Berechnungen	72
4.2.2.3	Sonstige Funktionen	76
4.3	Know-how-Datenbanken	77
4.3.1	Funktionen einer Know-how-Datenbank	77
4.3.1.1	Funktionsübersicht	77
4.3.1.2	Fragen nach Dokumenten	78
4.3.1.3	Fragen nach Sachverhalten	78
4.3.1.4	Fragen nach Zusammenhängen	78
4.3.2	Know-how-Datenbank für ein Maschinenbauunternehmen	79
4.3.2.1	Struktur der Dokumentation einer Problemlösung	81
4.3.2.2	Informationserfassung	81
4.3.2.3	Informationserschließung im Außendienst	84
4.4	CAD- und Zeichnungsverwaltungssysteme	87
4.5	Nutzeffekte	89
5.	Kontrahierungspolitik	91
5.1	Überblick	91
5.2	Preispolitische Ansätze	91
5.2.1	Klassische Verfahren	91
5.2.2	Praxisorientierte Verfahren	92
5.3	Besonderheiten der Preisbildung in industriellen Märkten	94
5.4	Delegation der Preiskompetenz an den Außendienst	94
5.5	Wissensbasierte Ansätze in der Kontrahierungspolitik	96
5.5.1	Expertensysteme in der Preisbildung	96
5.5.2	Expertensysteme in der Finanzierungsberatung	100
5.6	Preisbildungs-Expertensystem für ein Maschinenbauunternehmen	104
5.6.1	Überblick	104
5.6.2	Ausgangssituation	104
5.6.3	Einflußgrößen auf die Preisbildung	106
5.6.3.1	Kriterienübersicht	106
5.6.3.2	Frühere Nettopreise und Angebotsergebnisse	107
5.6.3.3	Konkurrenzbezogene Faktoren	108
5.6.3.4	Anfragebezogene Faktoren	109
5.6.3.5	Kundenbezogene Faktoren	110
5.6.3.6	Sonstige Faktoren	110
5.6.4	Voranalyse	111
5.6.5	Hauptanalyse	112
5.6.5.1	Breite und Richtung der Analyse	112

5.6.5.2	Problematik der Zeitstruktur der Vergangenheitsdaten	114
5.6.5.3	Gewichtung der einzelnen Vergangenheitspreise	115
5.6.5.4	Zusammenfassen der Einzeldaten	117
5.6.6	Erklärungskomponente	117
5.6.7	Preiskompetenz	119
5.6.8	Realisierungsstand	120
5.7	Nutzeffekte	120
6.	Technische Kundendiensttätigkeiten	122
6.1	Überblick	122
6.2	Diagnosesystem bei einem Elektronunternehmen	124
6.2.1	Übersicht	124
6.2.2	Einordnung in eine Klassifikation von Diagnosesystemen	125
6.2.3	Wissensbasis	126
6.2.3.1	Symptome	126
6.2.3.2	Diagnosen	127
6.2.3.3	Verknüpfen von Symptomen und Diagnosen	128
6.2.3.4	Bewerten der Symptom-Diagnose-Beziehungen	128
6.2.4	Einsatzfelder	129
6.2.4.1	Technikerschulung	129
6.2.4.1.1	Schulungskonzepte	129
6.2.4.1.2	Eignung des Prototypen zur Schulung	130
6.2.4.2	Reparaturannahme	132
6.2.4.2.1	Besondere Anforderungen	132
6.2.4.2.2	Einbinden des Diagnosesystems in die Reparaturannahme	132
6.2.4.3	Fehlerlokalisierung beim Kundenbesuch	133
6.2.5	Benutzermodell	134
6.2.5.1	Wesen	134
6.2.5.2	Typen	134
6.2.5.2.1	Individualisierung des Modells	134
6.2.5.2.2	Erstellen des Modells	135
6.2.5.2.3	Gültigkeitsdauer des Modells	137
6.2.5.3	Realisierung	137
6.2.5.4	Exkurs: Rechtliche Aspekte der Speicherung und Verarbeitung personenbezogener Daten in Benutzermodellen	140
6.3	Nutzeffekte	140
7.	Integration des Außendienstes in IV-Konzepte	143
7.1	Überblick	143
7.2	Ausdehnung des CIM-Gedankens in den Außendienst	144
7.2.1	Der Außendienst als Entscheidungszentrum	144
7.2.2	Verbindungen zwischen Außendienst und Konstruktion	144
7.2.3	Verbindungen zwischen Außendienst und Produktion	147

7.2.3.1	Liefer- und herstellbare Erzeugnisse	147
7.2.3.2	Auftragsfortschrittskontrolle	153
7.3	DV-technische Gesichtspunkte	153
7.3.1	Erscheinungsformen	153
7.3.2	Integration durch Anwendungsprogramme	154
7.3.3	Integration durch Nachrichtensysteme	155
7.3.3.1	Electronic Mail-Systeme	155
7.3.3.2	Sprachspeichersysteme	156
7.3.3.3	Hypertext und Hypermedia	156
7.3.4	Integration durch kombinierte Systeme	157
7.3.4.1	Aktionsorientierte Datenverarbeitung	157
7.3.4.2	Systeme zur Unterstützung von Gruppenentscheidungen	161
7.4	Nutzeffekte	162
	Literaturverzeichnis	163
	Abbildungsverzeichnis	190
	Abkürzungsverzeichnis	193