

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
---------------	---

Erster Teil

Durchführung von CRM-Projekten

Methodisches Vorgehen zur Einführung von CRM	13
<i>Sandra Gronover, Lutz M. Kolbe, Hubert Österle</i>	

Zur Konzeption von Kundenbeziehungsstrategien	33
<i>Hajo Hippner</i>	

Analyse und Optimierung kundenbezogener Geschäftsprozesse	67
<i>Hajo Hippner, Melanie Merzenich, Klaus D. Wilde</i>	

Multi-Channel Management im CRM – Prozessorientierung als zentrale Herausforderung	105
<i>Marcus Schögel, Inga Schmidt, Achim Sauer</i>	

* Controlling von CRM-Projekten	135
<i>Hajo Hippner, Martina Leber, Klaus D. Wilde</i>	

* Change Management: Ursachen und Möglichkeiten zur Bewältigung von Widerständen bei CRM-Projekten	183
<i>Matthias F. Uebel, Stefan Helmke, Wilhelm Dangelmaier</i>	

Rechtliche Aspekte bei CRM-Projekten	197
<i>Diana Koch, Dirk Arndt</i>	

* Vision und Realität von CRM-Projekten	223
<i>Armin Töpfer</i>	

Zweiter Teil

CRM in unterschiedlichen Märkten

CRM auf Business-to-Business-Märkten	247
<i>Michael Kleinaltenkamp, Beate Dahlke, Stefan Wengler</i>	
CRM im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit	275
<i>Joachim Zentes, Hanna Schramm-Klein</i>	
CRM bei Dienstleistungsunternehmen	309
<i>Sven Reinecke, Sven Köhler</i>	
CRM im Handel	331
<i>Dieter Ahlert, Josef Hesse, Maren Wunderlich</i>	
CRM für öffentliche Verwaltungen	347
<i>Hans H. Bauer, Mark Grether</i>	

Dritter Teil

CRM in der Praxis

Kampagnenmanagement bei der AUDI AG – ein CRM-Pilotprojekt zur Audi A8 Einführung in Italien	371
<i>Jörg Finsterwalder, André Lutz, Daniel Packenius</i>	
CRM der BMW Group: Backbone des integrierten Marketing	387
<i>Wolfgang Armbrrecht, Michael Braekler, Ulrike Wortmann</i>	
Die Messung der Kundenzufriedenheit zur Informationsbereitstellung im strategischen und operativen CRM am Beispiel von Automobilbanken	409
<i>Dirk Arndt</i>	
Einsatz des Customer Lifetime Value (CLV) im Commitmentgeschäft	429
<i>Manfred Bruhn, Dominik Georgi, Stephan Schusser</i>	
CRM-basiertes Marketing im Club Bertelsmann	453
<i>Felix Brosius, Michael Thiäner</i>	

Einsatz eines Kundenbarometers in der IT-Dienstleistungsbranche – ein Längsschnittvergleich	479
<i>Manfred Bruhn, Karsten Hadwich</i>	
Mobile-Commerce bei der Helsana: Mobile Prämienerstellung	505
<i>Annette Reichold, Ragnar Schierholz, Lutz M. Kolbe, Walter Brenner</i>	
Wettbewerbsanalyse im eCRM – Durchführung einer Website-Analyse am Beispiel der Möbelbeschlägeindustrie	525
<i>Stefanie Hettich, Hajo Hippner, Klaus D. Wilde</i>	
Interne Servicebarometer zur Messung und Verbesserung von internen Dienstleistungen – ein Erfahrungsbericht aus der Pharma-Branche.....	559
<i>Manfred Bruhn, Florian Siems</i>	
Autorenverzeichnis.....	585
Stichwortverzeichnis	597