

Inhaltsverzeichnis

Autorenverzeichnis	XI
--------------------------	----

Teil I: Gestaltungs- und Anwendungsbereiche von CRM-Instrumenten

<i>Wilhelm Dangelmaier, Matthias F. Uebel und Stefan Helmke</i> Grundrahmen des Customer Relationship Management-Ansatzes.....	3
<i>Axel Hahn</i> Produktkataloge als integraler Bestandteil des Kundenmanagements	17
<i>Simon Walter und Matthias Schmidt</i> Kundenkarte und CRM im Handel	35
<i>Uwe Kalyta</i> Ein Data Warehouse ist unverzichtbar – Wie sich Investitionen in Business Intelligence bezahlt machen.....	55
<i>Tanja S. Kade</i> Mehr Durchblick im CRM-Zeitalter – Produktivitätssteigerungen mit analytischem CRM.....	73
<i>Christian Klein</i> Mit Web Mining dem Internet-User auf der Spur.....	101
<i>Peter Gentsch</i> Potentiale des CRM im Internet: eMarketing und Personalisierung in der Praxis	111
<i>Winfried Felser, Matthias Hahn und Stefan Kolbeck</i> Erfolgreiche Kundenakquisition im B2B-Bereich durch „intelligente“ Online-Werbung	135

<i>Hagen J. Sexauer und Marc Wellner</i> Electronic Customer Relationship Management (eCRM) in deutschen Unternehmen.....	147
<i>Jürgen Zirke und Angelika Wiersgalla</i> e-CRM im Partnervertrieb – Abbildung von B2B Prozessen in indirekten Vertriebskanälen.....	163
<i>Bernhard Kölmel und Peter Weiß</i> Kundenmanagement in virtuellen Organisationen.....	183
<i>Michael Zapf und Katja Storch</i> Praktische Erfahrungen beim Einsatz von Simulation für die Gestaltung von Communication Center-Prozessen.....	197
<i>Stephan Wirth</i> Datenschutzrechtliche Aspekte bei CRM-Systemen.....	213

Teil II: CRM-Branchenlösungen

<i>Heinrich Holland</i> CRM bei der Lufthansa Systems Group.....	227
<i>Michael Hartmannsgruber</i> Gestaltung des Implementierungsprozesses für Customer Relationship Management bei der FESTO AG & Co.....	249
<i>Matthias F. Uebel und Stefan Helmke</i> CRM-Projekt für ein Unternehmen der Maschinenbaubranche.....	267
<i>Klaus-Peter Wiedmann und Jürgen Greilich</i> Customer Relationship Management (CRM) in der Chemischen Industrie – Forschungsergebnisse und Tendenzen.....	279
<i>Joachim Bochberg</i> Konsumenten beim Wort genommen - Ein Beitrag zu Geschichte und Praxis des Consumer Relationship Management.....	301
<i>Johannes Kleinsorg</i> Vom Abnehmer zum Kunden – CRM im liberalisierten Energiemarkt: Die N-ERGIE Aktiengesellschaft auf dem Weg in die Zukunft.....	315

<i>Ulrike Eberhardt</i> Kundenwertprogramm der Deutschen Telekom „Happy Digits“ – Konzeption und Monitoring	327
<i>Marc Buzina und Thomas Bögge</i> Evolution statt Revolution: CRM in Schritten bei ISIS Multimedia Net	345
<i>Stefan Helmke, Matthias F. Uebel und Dörte Brinker</i> Kundenzufriedenheitsanalyse als CRM-Instrument für ein Unternehmen der Tourismusbranche.....	355
<i>Marc Michel</i> CRM in Banken – Es geschieht nichts Gutes, außer man tut es.....	375
<i>Gerd Kappes</i> CRM im Vertrieb der BHW Gruppe.....	389
<i>Klaus Kornmann</i> Bedarfsgerechtes Kundenbindungsmanagement – Von der Marktanalyse bis zur Implementierung einer Stornoprävention.....	405
<i>Christine Vietor und Volker Nitz</i> CRM für die TK	421