

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	ix
Abbildungsverzeichnis.....	xiii
Tabellenverzeichnis.....	xv
Abkürzungsverzeichnis	xvii
Symbolverzeichnis.....	xix
1 Einführung	1
1.1 Vorgehen und Methode	7
1.2 Begriffliche Abgrenzungen	11
2 Vorüberlegungen zur Prozeßführung.....	15
2.1 Der Führungsprozeß	19
2.1.1 Die strategische Führung der Geschäftseinheit als Basis für die Prozeßführung ..	21
2.1.2 Überblick über die Strategieformulierung und den Strategietransfer auf Geschäftsprozeßebene mittels des Zielsystems	27
2.1.3 Überblick über die Strategieumsetzung und Umsetzungskontrolle auf Geschäftsprozeßebene mittels des Analysesystems	29
2.2 Anforderungen an ein System aus leistungsorientierten Meßgrößen zur Prozeßführung .	32
3 Prozeßführung mit Hilfe eines Meßgrößensystems	37
3.1 Aufbau eines Systemmodells als Herleitungsbasis für das Meßgrößensystem	38
3.1.1 Abbildung des Prozesses und seiner Merkmale	41
3.1.1.1 Abbildung des Inputs und des Outputs	42
3.1.1.2 Erweiterung um Prozeßgrößen und Einflußfaktoren	44
3.1.1.3 Dynamisierung des Modells.....	47
3.1.1.4 Zusammenführung von Subsystemen	48
3.1.2 Erweiterung des Systemmodells um zusammengesetzte Größen	49
3.1.3 Veranschaulichung der Struktur des Systemmodells und Ableitung der Struktur des Meßgrößensystems	62
3.2 Strategieformulierung und Strategietransfer mittels des Zielsystems	68
3.2.1 Strategieformulierung und Zielooperationalisierung	69
3.2.1.1 Prozeßstrategieformulierung	69

3.2.1.2 Führungsgrößenselektion und Zieloperationalisierung	70
3.2.1.3 Aufbau der Zielhierarchien	74
3.2.1.4 Meßgrößenoperationalisierung	80
3.2.1.5 Fixierung der langfristigen Ziele.....	86
3.2.2 Strategietransfer	91
3.2.2.1 Analyse der strategischen Lücke	91
3.2.2.2 Grobe Maßnahmenplanung zur Schließung der strategischen Lücke.....	93
3.2.2.3 Fixierung der mittelfristigen Ziele	94
3.2.3 Prämissen- und Planungskontrolle.....	95
3.3 Strategieumsetzung und Umsetzungskontrolle mittels des Ziel- und Analysesystems.....	97
3.3.1 Strategieumsetzung mittels des Ziel- und Analysesystems	98
3.3.1.1 Selektion der Analysegrößen	100
3.3.1.2 Meßgrößenoperationalisierung und Beziehungsermittlung	102
3.3.1.3 Lagebeurteilung und operative Maßnahmenplanung	108
3.3.1.4 Sonderanalysen mittels der Kausalanalyse	113
3.3.1.5 Sonderanalysen mittels der Data Envelopment Analysis.....	117
3.3.2 Entscheidungsvollzug	119
3.3.3 Umsetzungskontrolle	119
3.4 Schnittstellen zu anderen Instrumenten der Prozeßführung	126
3.4.1 Schnittstellen zur Prozeßkostenrechnung	126
3.4.2 Schnittstellen zum Personalbeurteilungssystem	127
3.4.3 Schnittstellen zu anderen Informationssystemen.....	128
3.5 Aspekte der Implementierung	129
4 Der Kundenmanagement-Prozeß eines Unternehmens der Konsumgüterindustrie	133
4.1 Die strategische Führung der Geschäftseinheit als Basis der Prozeßführung	140
4.1.1 Charakteristika der Geschäftseinheit <i>Fertig- und Teilfertiggerichte</i>	140
4.1.2 Die Kundenmanagement-Strategie der Geschäftseinheit	144
4.2 Der Kundenmanagement-Prozeß	147
4.3 Aufgaben der Führung des KM-Prozesses und resultierende Anforderungen an die Führungsinstrumente	159
5 Führung des Kundenmanagement-Prozesses eines Unternehmens der Konsumgüterindustrie mittels des Meßgrößensystems	161
5.1 Aufbau des Systemmodells für den Kundenmanagement-Prozeß	162
5.1.1 Abbildung des Prozesses und seiner Merkmale	162
5.1.2 Erweiterung um zusammengesetzte Größen.....	166

5.1.3 Veranschaulichung der Struktur des Systemmodells und Ableitung der Struktur des Meßgrößensystems	171
5.2 Kundenmanagement-Strategieformulierung und Strategietransfer	176
5.2.1 Strategieformulierung und Zieloperationalisierung	176
5.2.1.1 Prozeßstrategieformulierung	176
5.2.1.2 Führungsgrößenselektion und Zieloperationalisierung	177
5.2.1.3 Aufbau der Zielhierarchien	182
5.2.1.4 Meßgrößenoperationalisierung	185
5.2.1.5 Fixierung der langfristigen Ziele	191
5.2.2 Strategietransfer	196
5.2.2.1 Analyse der strategischen Lücke	196
5.2.2.2 Grobe Maßnahmenplanung zur Schließung der strategischen Lücke ...	198
5.2.2.3 Fixierung der mittelfristigen Ziele	199
5.2.3 Prämissen- und Planungskontrolle	202
5.3 Strategieumsetzung und Umsetzungskontrolle mittels des Ziel- und Analysesystems ...	204
5.3.1 Strategieumsetzung mittels des Ziel- und Analysesystems	204
5.3.1.1 Selektion der Analysegrößen	204
5.3.1.2 Beziehungsermittlung und Meßgrößenoperationalisierung	207
5.3.1.3 Lagebeurteilung und operative Maßnahmenplanung	210
5.3.1.4 Sonderanalysen mittels der Kausalanalyse	214
5.3.1.5 Sonderanalysen mittels der Data Envelopment Analysis	225
5.3.2 Entscheidungsvollzug	229
5.3.3 Umsetzungskontrolle	229
5.4 Aspekte der Implementierung	239
6 Beurteilung des entwickelten Konzepts	243
6.1 Aus den Grenzen des Konzepts resultierende Risiken	244
6.2 Abschließende Beurteilung des Meßgrößensystems	251
Literaturverzeichnis	257
Anhang A: Die Geschäftseinheit - Definition verwendeter Größen	271
Anhang B: Objekte des Kundenmanagement-Prozesses	273
B.1 Objekte und Attribute des Customer-Development-Prozesses	276
B.2 Objekte und Attribute des Supply-Management-Prozesses	278
B.3 Objekte und Attribute des Demand-Management-Prozesses	280

Anhang C: Das Systemmodell	282
C.1 Modell des Customer-Development-Prozesses	282
C.2 Meßgrößen des Supply-Management-Prozesses	284
C.3 Meßgrößen des Demand-Management-Prozesses	286
Anhang D: Meßgrößenhierarchien	289
D.1 Die organisationsunabhängige Zielhierarchie mit Einflußgrößen	289
D.2 Die organisationsabhängigen Analysehierarchien	291
D.3 Die organisationsunabhängige Analysehierarchie	295
Anhang E: Definitionen ausgewählter Meßgrößen	297