

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
<i>Andreas Eggert und Georg Fassott</i>	
Elektronisches Kundenbeziehungsmanagement (eCRM)	1
 Teil I: Erfolgsfaktoren in der Internet-Economy	
<i>Philip Kotler, Dipak Jain und Suvit Maesincee</i>	
Nine Major Shifts in the New Economy	15
<i>Sid L. Huff</i>	
Critical Success Factors for Customer-facing Internet Commerce	27
<i>Heiner Müller-Merbach</i>	
Berkeley: Schutzpatron des Marketing – erst recht im Zeitalter des eBusiness ..	45
 Teil II: Chancen und Grenzen des eCRM	
<i>Hermann Diller</i>	
Die Erfolgsaussichten des Beziehungsmarketing im Internet	65
<i>Andreas Eggert</i>	
Konzeptionelle Grundlagen des elektronischen Kundenbeziehungsmanagements	87
<i>Evert Gummesson</i>	
eCRM and hCRM: Martial Rivalry or Marital Bliss?	109
 Teil III: Instrumente des eCRM	
<i>Georg Fassott</i>	
eCRM-Instrumente: Ein beziehungsorientierter Überblick	131
<i>Axel Theobald</i>	
Einsatz der Online-Marktforschung im eCRM	159

Michael M. Richter und Sascha Schmitt

Kundenmodellierung und Dialogführung: Eine Herausforderung für eCRM ... 175

Beate Kay-Enders und Andreas Enders

eCRM-Systeme in der Unternehmenspraxis 199

Teil IV: Anwendungsbereiche des eCRM

Günter Silberer, Jens Wohlfahrt und Thorsten Wilhelm

Beziehungsmanagement im Mobile Commerce 213

Sönke Albers und Olaf Ratschow

Business-to-Business-Marktplätze 229

Gordon Guth und Alexander Kolb

**CRM im Corporate Banking:
Kundensegmentierung als Grundlage des CRM** 257

Kai Adolphs

**Customer Relationship Management als Grundlage
für Differenzierungsstrategien im Online-Versandhandel** 277

Teil V: Organisation und Implementierung des eCRM

Jörg Link und Norbert Gerth

eCRM als strategische und organisatorische Herausforderung 305

Daniel Schmid und Svend Wittern

**Kundenbeziehungsmanagement mit mySAP CRM:
Aus der Kundenbeziehung mehr herausholen** 329

Jörn Skerswetat

Einführung von CRM im Bankenumfeld 347

Derk Möller

**eCRM: Erfolgreich durch Outsourcing:
Das Beispiel Bertelsmann bE-Commerce** 361