

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	1
1.1. Einleitung.....	1
1.2. Problemstellung.....	2
1.3. Gang der Untersuchung.....	5
1.4. Begriffsbestimmung und Typologie der Dienstleistungen.....	7
1.4.1. Charakteristika und Definitionen des Dienstleistungsbegriffes	7
1.4.2. Typologie der Dienstleistungsprozesse	10
2. Strategisches Dienstleistungsmanagement	17
2.1. Grundlagen des strategischen Managements	17
2.1.1. Servicestrategiekonzeptionen	17
2.1.2. Instrumentelle Strategieimplementierung.....	20
2.2. Management der Informations- und Kommunikationstechnologien	22
2.2.1. Klassifikation der IuK-Technologien	22
2.2.2. Nutzung moderner IuK-Technologien am Beispiel von Call Centern	26
2.2.2.1. Strategische Bedeutung der Call Center.....	27
2.2.2.2. Call Center Benchmark-Studie.....	29
2.2.2.2.1. Einsatzgebiete und Arten von Call Centern	30
2.2.2.2.2. Funktionen der Call Center	34
2.2.2.2.3. Technische Ausstattung der Call Center	36
2.2.3. Kapazitätsplanung der Informations- und Kommunikationstechniken	40
2.2.3.1. Definition und Erfassung der Systemkapazität	40
2.2.3.2. Problemstellung.....	45
2.2.3.2.1. Dimensionierung der Kapazitätserweiterung.....	46
2.2.3.2.2. Zeitliche Aspekte der Kapazitätserweiterung	48
2.2.3.3. Lösungsansätze.....	51
2.2.3.3.1. Modell von Manne	51
2.2.3.3.2. Szenariotechnik	54
2.2.3.3.3. Analogie zur Bestellmengenplanung	58
2.2.3.3.3.1. Ziele und relevante Kostengrößen	58
2.2.3.3.3.2. Newsvendor-Ansatz.....	62
2.2.3.3.3.2.1. Grundmodell.....	62
2.2.3.3.3.2.2. Beispiel - Kapazitätsdimensionierung eines IVR-Systems	66
2.2.3.3.3.3. Zeitliche Aspekte der Kapazitätspolitik.....	70
2.2.3.3.3.3.1. Mehrperiodenmodell dedizierter IuK-Technologien	71
2.2.3.3.3.3.2. Mehrperiodenmodell integrierter IuK-Technologien	80
2.2.3.4. Zusammenfassung.....	94

2.3. Produktivitäts- und Qualitätsmanagement	96
2.3.1. Operationalisierung der Serviceproduktivität und -qualität	96
2.3.1.1. Definition und Messung der Dienstleistungsqualität	97
2.3.1.2. Definition und Messung der Dienstleistungsproduktivität.....	103
2.3.1.3. Prozessanalyse.....	109
2.3.2. Konzepte und Methoden des Produktivitäts- und Qualitätsmanagements	117
2.3.2.1. Little's Law	118
2.3.2.1.1. Grundzüge der Serviceprozessanalyse.....	120
2.3.2.1.1.1. Leistungsbereitschaft	122
2.3.2.1.1.2. Wirkungsgrad.....	125
2.3.2.1.1.3. Ausgewählte Anpassungsmaßnahmen.....	127
2.3.2.1.2. Erweiterungen der Serviceprozessanalyse	132
2.3.2.1.2.1. Ressourcen(gruppen)	133
2.3.2.1.2.2. Kunden(gruppen)	137
2.3.2.2. Dorfman/Steiner-Theorem	139
2.3.2.2.1. Kosten der Leistungsbereitschaft.....	141
2.3.2.2.2. Kosten der Servicequalität	143
2.3.2.2.3. Integrierte Produktivitäts- und Qualitätssteuerung	147
2.3.2.3. Benchmarking	149
2.3.2.3.1. Data Envelopment Analysis.....	150
2.3.2.3.1.1. Effizienz einer Serviceleistung	151
2.3.2.3.1.2. Maßnahmenspezifisches Benchmarking.....	155
2.3.2.3.1.3. DEA-Kosteneffizienz-Modelle.....	159
2.3.2.3.2. Empirische Analyse der Servicequalitätskosten	161
2.3.2.3.2.1. Grundlagen und Annahmen	162
2.3.2.3.2.2. Beschreibung des Kundenserviceprozesses.....	164
2.3.2.3.2.3. Qualität der Bestellannahme	165
2.3.2.3.2.4. Kosten der Bestellannahme.....	169
2.3.2.3.2.5. Analyse der Konformitätskosten.....	171
2.3.2.3.2.6. Analyse der Nicht-Konformitätskosten	176
2.3.2.4. Service-Profit-Chain.....	179
2.3.2.4.1. Erfolgswirkungen der Servicequalität.....	180
2.3.2.4.2. Erfolgswirkungen der Serviceproduktivität	184
2.3.3. Zusammenfassung	187

3. Operatives Dienstleistungsmanagement	189
3.1. Grundlagen des operativen Managements	189
3.1.1. Struktur des operativen Servicemanagements	191
3.1.2. Prozessorientierung	193
3.2. Leistungsprogramm- und Personalbedarfsplanung	196
3.2.1. Besonderheiten und Maßnahmen der aggregierten Serviceplanung	196
3.2.2. Aggregierte Planung unter Unsicherheit	201
3.2.2.1. Konzept der robusten Optimierung	203
3.2.2.2. Ermittlung des Kapazitätsbedarfes	207
3.2.2.3. Ermittlung des Kapazitätsangebotes	210
3.2.2.4. Taktische Maßnahmen der Kapazitätsanpassung	213
3.2.2.4.1. Angebotsorientierte Maßnahmen	213
3.2.2.4.2. Flexibilisierungsmaßnahmen	215
3.2.2.4.3. Nachfrageorientierte Maßnahmen	218
3.2.3. Lösungsansatz	220
3.2.3.1. Kontinuitätsstrategie	220
3.2.3.2. Agilitätsstrategie	225
3.2.4. Zusammenfassung	229
3.3. Revenue Management	231
3.3.1. Grundlagen	232
3.3.2. Struktur eines Revenue-Management-Systems	237
3.3.3. Revenue Management professioneller Dienstleistungen	245
3.3.3.1. Problemstellung	245
3.3.3.1.1. Auswahlprozess aus Sicht der Kunden	246
3.3.3.1.2. Angebotsprozess aus Sicht der Beratungsgesellschaften	250
3.3.3.1.2.1. Ermittlung der Kapazitätsnachfrage	252
3.3.3.1.2.2. Ermittlung des Kapazitätsangebots	255
3.3.3.1.2.3. Projektkoordination und -selektion	260
3.3.3.2. Lösungsansätze	262
3.3.3.2.1. Forderung einer Mindestrentabilität	262
3.3.3.2.2. EMSR-orientierte Heuristik	264
3.3.3.2.3. Bid-Preis-Mechanismus	267
3.3.3.3. Simulationsuntersuchung	269
3.3.3.3.1. Aufbau der Simulationsexperimente	270
3.3.3.3.2. Ergebnisse der Simulationsuntersuchung	271
3.3.3.4. Zusammenfassung	276
4. Schlussbetrachtung	277
Literaturverzeichnis	285