

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
---------------	---

## Erster Teil

### Grundlagen des CRM

CRM – Grundlagen, Ziele und Konzepte .....	15
<i>Hajo Hippner</i>	
Aufbau und Funktionalitäten von CRM-Systemen .....	45
<i>Hajo Hippner, René Rentzmann, Klaus D. Wilde</i>	
IT-Unterstützung durch Customer Relationship Management-Systeme am Beispiel von mySAP CRM .....	75
<i>Hajo Hippner, Onno Hoffmann, Udo Rimmelspacher, Klaus D. Wilde</i>	
Die Bedeutung des Beziehungsmarketing für den Unternehmenserfolg .....	97
<i>Hermann Diller</i>	
Mit Mass Customization basiertem CRM zu loyalen Kundenbeziehungen .....	121
<i>Christian Schaller, Christof M. Stotko, Frank T. Piller</i>	
Beziehungslos im Dschungel des Beziehungsmarketing oder: Grenzen des Beziehungsmarketing aus Verbraucherperspektive .....	145
<i>Ursula Hansen</i>	
Customer Empowerment in Geschäftsbeziehungen .....	167
<i>Matthias H. J. Gouthier</i>	
CRM aus Kundensicht – Eine empirische Untersuchung .....	195
<i>Hajo Hippner, René Rentzmann, Klaus D. Wilde</i>	
Die Bedeutung der Marke im CRM .....	225
<i>Franz-Rudolf Esch, Thorsten Möll</i>	
Die Bedeutung des Preises im CRM .....	251
<i>Georg Tacke, Felix Krohn</i>	

## Zweiter Teil

### Die Kundenbeziehung als zentrales Element des CRM

Verhaltenswissenschaftliche Beiträge zur Gestaltung von Kundenbeziehungen .....	269
<i>Ralf Terlutter</i>	
Modifikation von Kundenverhalten als Kernaufgabe des CRM .....	291
<i>Roland Kantsperger</i>	
Besonderheiten von Kundenbeziehungen im Internet .....	305
<i>Georg Fassott</i>	
Der Zusammenhang zwischen Kundennähe, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sowie deren Erfolgswirkungen .....	325
<i>Manfred Krafft, Oliver Götz</i>	
Kundenbewertung im Rahmen des CRM .....	357
<i>Bernd Günter, Sabrina Helm</i>	
Kundenempfehlungen als Baustein des Kundenwerts .....	379
<i>Sabrina Helm</i>	
Customer Intelligence: Marktforschung und Kundenanalyse als Informationsgrundlagen im CRM .....	399
<i>Frank Wimmer, Julika Göb</i>	

## Dritter Teil

### Kundenorientierte Managementaufgaben im CRM

Grundlagen und Phasen der Kundenbeziehung: Der Kundenbeziehungs-Lebenszyklus .....	421
<i>Bernd Stauss</i>	

---

Interessentenmanagement .....	443
<i>Alexander Haas</i>	
Neukundenmanagement .....	473
<i>Matthias H. J. Gouthier</i>	
Zufriedenheits- und Kundenbindungsmanagement .....	509
<i>Manfred Bruhn</i>	
Beschwerdemanagement .....	541
<i>Armin Töpfer</i>	
Kündigungspräventionsmanagement .....	583
<i>Silke Michalski</i>	
Rückgewinnungsmanagement .....	605
<i>Andreas Schöler</i>	
Der Einsatz von Instrumenten im Rahmen des Relationship Marketing – Ergebnisse einer empirischen Erhebung .....	633
<i>Ralf Terlutter, Andreas Kricsfalussy</i>	
Autorenverzeichnis.....	651
Stichwortverzeichnis .....	659