

Inhaltsübersicht

Teil A: Kundenorientierung als Herausforderung der strategischen Unternehmensführung

Dienstleistungsmentalität und Kundenorientierung (<i>Born</i>)	1
Kundenzufriedenheit und Kundenbindungs-Marketing (<i>Dreyer</i>)	11
Globalisierung der Konzerne – Widerspruch zur Kundenorientierung? (<i>Born</i>)	51
Organisationskonzept „Customer-Focus“ (<i>Bastian</i>)	63
Kundencontrolling und die Grenzen einer Kundenorientierung (<i>Rickards</i>)	101
Rechtliche Vorgaben und Grenzen der Kundenorientierung (<i>Zundel</i>)	115
Mythos Individualisierung (<i>Roßkopf</i>)	131

Teil B: Realisierung der Kundenorientierung

Marktsegmente und Produkte

Der Prozeß innovativer Produktentwicklung (<i>Böttcher/Krings</i>)	141
Urlaubsanforderungen von Familien mit Kindern (<i>Dreyer</i>)	157
Kundenansprache und Kundenbindung bei älteren Reisenden (<i>Müller</i>)	179

Neue Ansätze in der Servicekette von Urlaubsreisen

Preisdarstellung in Reisekatalogen (<i>Bastian/Becker</i>)	197
Neue Reiseunterlagen als Ergebnis einer Qualitätsoffensive (<i>Schwedhelm</i>)	215
Kundenorientierung am Flughafen (<i>Sobetzko</i>)	235
Marketing joint venture zur Ausdehnung der Markenpräsenz (<i>de Vries</i>)	245
Reklamationsmanagement im Zielgebiet (<i>Scharf</i>)	263

Neue Medien

Relationship Marketing in elektronischen Märkten der Touristik (<i>Krauß</i>)	279
Vom zentralen Reservierungssystem zum World-Wide-Web (<i>Kreuzer</i>)	291
Call Center – die Brücke zum Reisebüro (<i>Casdorff</i>)	305

Marktbeobachtung für Kundenzufriedenheit

Kundenorientierung mittels Kennzahlen - der Kundenzufriedenheitsindex (<i>Flentge</i>)	319
Messung von Dienstleistungsqualität (<i>Schulze</i>)	345

Verzeichnisse

Autorenverzeichnis	357
Literaturverzeichnis	361
Stichwortverzeichnis	383