

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
1. Wettbewerbsvorteile durch Innovationsmanagement.....	9
1.1 Volkswirtschaftliche Relevanz von Innovationen.....	10
1.2 Betriebswirtschaftliche Relevanz von Innovationen.....	18
1.2.1 Messung der Innovationstätigkeit.....	19
1.2.2 Wissensziele für das Innovationsmanagement.....	23
1.2.3 Checklist F&E und Innovations-Check Deutschland.....	27
1.3 Grundlagen zum Innovationsmanagement.....	35
1.4 Empirie zum neuen Innovationsverständnis.....	44
2. Besonderheiten des Service Management.....	48
2.1 Überblick: Warum wird Service immer wichtiger?.....	58
2.2 Einblick: Was ist an Dienstleistungen anders?.....	61
2.3 Ausblick: Wie kategorisiert man Dienstleistungen?.....	67
2.4 Durchblick: Empirie aus dem Maschinenbau.....	79
3. Innovationsprozesse für Dienstleistungen.....	82
3.1 Innovationsdimensionen und -konstellationen.....	89
3.2 Rahmenkonzept zum Innovationsprozess.....	96
3.2.1 Phase 1: Ideenfindung und Ideenbewertung.....	103
3.2.2 Phase 2: Anforderungsanalyse.....	104
3.2.3 Phase 3: Dienstleistungskonzept.....	104
3.2.4 Phase 4: Dienstleistungsimplementierung.....	105
3.2.5 Phase 5: Markteinführung.....	106
3.3 Innovationsprozess bei der Bank of America.....	112
3.4 Empirie zum Innovationsparadoxon bei Finanzdienstleistungen ...	117
4. Strategisches Service Engineering.....	123
4.1 Vom Personalmanagement zur Service-Kultur.....	128
4.2 Vom operativen zum strategischen Service Management.....	133
4.3 Von der Informationsvielfalt zur Wissenswertigkeit.....	138
4.4 Von der Idee zur Strategischen Optionen-Matrix.....	149
4.5 Von der Service-Strategie zum Wettbewerbsvorteil.....	165
4.6 Vom Geschäftsmodell zum Service-Erfolg.....	173
4.7 Von der Wertkette zum Wertschöpfungsnetzwerk.....	182
4.8 Empirie über Mobile Services und Mobilfunk.....	191

5. Wie entwickelt man professionell Dienstleistungen?	194
5.1 Optimierung von Dienstleistungspotenzialen	200
5.1.1 Kreativitätsprozess und -techniken (Praxisbeispiele)	200
5.1.2 Dialogorientiertes Kundenmanagement (Praxisbeispiele)	223
5.1.3 Segmentierungsmodell zur Kundenintegration	236
5.1.4 Vorgehensweise der Marktsegmentierung (Praxisbeispiel) ..	247
5.2 Optimierung von Dienstleistungsprozessen	253
5.2.1 Service Blueprint-Methode (Praxisbeispiele)	253
5.2.2 Poka Yoke-Methode (Praxisbeispiel)	265
5.2.3 Fishbone-Analyse (Praxisbeispiel)	266
5.2.4 Fehlermöglichkeits- und Einflussanalyse (Praxisbeispiel) ...	267
5.3 Optimierung von Dienstleistungsergebnissen	270
5.3.1 Service Quality Management	270
5.3.2 Das SERVQUAL-Verfahren	274
5.3.3 Die ZLE-Formel	280
5.3.4 Beschwerdemanagement (Praxisbeispiel)	282
5.3.5 Das 5-Gap-Modell	286
5.3.6 Kundenrückgewinnung und Cross Selling (Praxisbeispiel) ..	288
5.3.7 Quality Function Deployment (Praxisbeispiel)	292
5.3.8 Target Design durch Vignetten-Technik (Praxisbeispiel)	297
5.4 Empirie aus dem Weiterbildungssektor	304
5.4.1 Besseres Bildungspotenzial via Bildungsbedarfsanalyse	321
5.4.2 Bessere Bildungsprozesse via Bildungsmarketing	326
5.4.3 Bessere Bildungsergebnisse via Bildungscontrolling	332
5.4.4 Bildungsmanagement bei der Steinbeis-Hochschule Berlin ..	339
6. Herausforderungen und Ausblick	345
6.1 Herausforderungen im Lichte empirischer Quellen	348
6.2 Wachstumsimpulse durch Service Engineering	351
Literatur	357
Stichwortverzeichnis	365