

Inhaltsverzeichnis

Vorwort..... V

Teil A: Wissenschaftliche Beiträge

1. Theoretische Betrachtung von Kundenbeziehungen

Ricarda Bouncken

Vertrauen – Kundenbindung – Erfolg? Zum Aspekt des Vertrauens bei
Dienstleistungen.....3

Hans H. Bauer, Frank Huber und Tilmann Majer

Zufriedenheitsdynamik und Kundenbindung bei Kundendienstleistungsprozessen
im Handel – Ergebnisse einer empirischen Studie23

Martin Benkenstein und Kristina Weichelt

Divergenzen der Qualitätswahrnehmung zwischen Kunden und Mitarbeitern –
Ansätze zur Gestaltung kundenwertgerechter Dienstleistungen.....47

Manfred Bruhn und Britta Murmann

Interdependenzen von Qualitätsurteilen bei mehrstufigen
Dienstleistungsprozessen73

Sabrina Helm und Bernd Günter

Kundenempfehlungen – Resultat und Ausgangspunkt des
Kundenbindungsmanagements im Dienstleistungsbereich.....103

2. Analyse von Kundenbeziehungen

Thorsten Hennig-Thurau

Die Qualität von Geschäftsbeziehungen auf Dienstleistungsmärkten:
Konzeptualisierung, empirische Messung, Gestaltungshinweise133

<i>Michael Lingenfelder, Alexander Lauer und Sabine Groh</i> Kundenzufriedenheit im Business-to-Business-Marketing: Einflußfaktoren und Verlauf bei industriellen Engineering-Dienstleistungen	159
<i>Friedhelm W. Bliemel und Andreas Eggert</i> Stärkt Customer Care die Kundenbeziehung? Eine kausalanalytische Untersuchung aus Kundensicht.....	197
<i>Marc Arzenheimer und Hajo Hippner</i> Kundenzufriedenheitsmessung für die Beratungsleistungen eines Call Centers ...	213
<i>Dieter Scharitzer und Harald C. Kollarits</i> Zufriedene Kunden – Erfolgreiche Kundenbeziehungen Ein empirisches Beispiel aus dem Pharmamarketing.....	237

3. Steuerung von Kundenbeziehungen

<i>Matthias Krick und Hans Peter Wehrli</i> Die Interaktion mit Kunden – Servicestrategien durch Virtualisierung	255
<i>Georg Fassott</i> Kundennutzensteigerung durch elektronische Sekundärdienstleistungen	279
<i>Thomas Biermann</i> Kundenbindung durch Innovation – strategische Optionen für Dienstleister.....	307
<i>Marion Büttgen</i> Database-Marketing als Grundlage für Learning Relationships im Dienstleistungsbereich	329
<i>Thomas Jenner und Susann K. Erichsson</i> User Groups als Plattform für die Erbringung produktbegleitender Dienstleistungen – Bedeutung im Systemgeschäft und weitere Einsatzmöglichkeiten.....	355
<i>Carsten Baumgarth</i> Serviceleistungen als Anreizinstrument zur Bearbeitung von Vertikalketten – dargestellt am Beispiel von Produktionsgütern.....	373
<i>Torsten Tomczak, Sven Reinecke und Jörg Finsterwalder</i> Kundenausgrenzung: Umgang mit unerwünschten Dienstleistungskunden	399

Urs Bumbacher
 Beziehungen zu Problemkunden – Sondierungen zu einem noch wenig
 erforschten Thema423

Bernd Stauss
 Rückgewinnungsmanagement: Verlorene Kunden als Zielgruppe.....449

4. Controlling von Kundenbeziehungen

Armin Töpfer
 Der operative und strategische Kundenbindungsindex475

Jörg Freiling und Martin Reckenfelderbäumer
 Kundenerfolgsrechnung für industrielle Dienstleistungen –
 Probleme und Lösungsansätze501

Teil B: Service-Teil

Literatur-Service

Ausgewählte Literatur zum Dienstleistungsmangement.....527

Recherche-Service

Verzeichnis von Websites mit Dienstleistungsbezug555

■ Datenbanken/Statistiken555

■ Diskussionforen im Internet558

■ Veranstalter von Kongressen/Konferenzen und Termine558

■ Preise/Auszeichnungen559

Adreßverzeichnis von Institutionen und Verbänden mit Dienstleistungsbezug560

Forschungs-Service

Institutionen mit dienstleistungsbezogener Forschung.....571

Praxis-Service

Gewinner bedeutender Qualitätspreise604

Ergebnisse deutschsprachiger Kundenbarometer.....613

Dialogangebote

Info-Circle Dienstleistungsmanagement620

Ihre Meinung ist uns wichtig.....621

Firmen- und Institutionenverzeichnis.....622

Stichwortverzeichnis.....623