

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
1. Kapitel	
Grundlagen der Kundenorientierung	1
1. Kundenorientierung als zentrales Prinzip des Marketing	3
2. Zum Begriff der Kundenorientierung	14
3. Stand der Kundenorientierung aus Unternehmens- und Kundensicht	16
4. Bezugsrahmen zur Umsetzung der Kundenorientierung ...	19
2. Kapitel	
Qualitätsmanagement	25
1. Grundlagen des Qualitätsmanagements	25
2. Strategische Ansatzpunkte des Qualitätsmanagements ..	28
3. Instrumente des Qualitätsmanagements	32
4. Kontrolle der Wirtschaftlichkeit des Qualitätsmanagements	54
3. Kapitel	
Servicemanagement	65
1. Grundlagen des Servicemanagements	65
2. Servicequalität als strategischer Ansatzpunkt des Servicemanagements	74
3. Instrumente des Servicemanagements	83
4. Kapitel	
Kundenbindungsmanagement	101
1. Grundlagen der Kundenbindung	101
	VII

2. Strategische Ansatzpunkte der Kundenbindung und Kundenrückgewinnung	104
3. Instrumente des Kundenbindungsmanagements	121
4. Kontrolle des Kundenbindungsmanagements	139
5. Kapitel	
Beschwerdemanagement	147
1. Grundlagen des Beschwerdemanagements	147
2. Ziele und Aufgaben des Beschwerdemanagements	152
3. Teilprozesse des Beschwerdemanagements und Instrumenteeinsatz	157
4. Kontrolle der Wirtschaftlichkeit des Beschwerdemanagements	173
6. Kapitel	
Innovationsmanagement	177
1. Grundlagen des Innovationsmanagements	177
2. Planung und Umsetzung von Innovationen	185
3. Erfolgsfaktoren für Innovationen in kundenorientierten Unternehmen	206
7. Kapitel	
Kommunikationsmanagement	211
1. Grundlagen des Kommunikationsmanagements	211
2. Strategische Ausrichtung der Kommunikation auf den Kunden	218
3. Instrumente der Kundenkommunikation	231
4. Kommunikationscontrolling	245

8. Kapitel	
Kundenwertmanagement	253
1. Grundlagen des Kundenwerts	253
2. Ansatzpunkte der Kundenwertanalyse	258
3. Planung des Kundenwertmanagements	267
4. Einsatz eines Kundenwertcontrolling	272
9. Kapitel	
Umsetzung der Kundenorientierung	277
1. Grundlage der Umsetzung von Strategien	277
2. Kundenorientierte Gestaltung der Unternehmens- potenziale	283
3. Umsetzungsprozess der Kundenorientierung	305
10. Kapitel	
Kontrolle der Kundenorientierung	313
1. Notwendigkeit zur Kontrolle der Kundenorientierung	313
2. Isolierte interne Messansätze der Kundenorientierung ...	315
3. Isolierte externe Messansätze der Kundenorientierung ...	328
4. Integrierte Messung der Kundenorientierung	330
Anhang	339
1. Literaturverzeichnis	339
2. Service	379
Sachverzeichnis	381