

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur neunten Auflage	5
Vorwort zur ersten Auflage	7
Abkürzungsverzeichnis	13

Erster Teil

Grundlagen zur Kundenzufriedenheit

Theoretische Perspektiven zur Kundenzufriedenheit	17
<i>Christian Homburg / Ruth Stock-Homburg</i>	
Kundenzufriedenheit als Managementherausforderung	53
<i>Christian Homburg / Matthias Bucerius</i>	
Preisbezogene Auswirkungen von Kundenzufriedenheit	93
<i>Nicole Koschate-Fischer</i>	

Zweiter Teil

Instrumente zur Messung der Kundenzufriedenheit

Verfahren zur Messung der Kundenzufriedenheit im Überblick	125
<i>Andreas Fürst</i>	
Nationale Kundenzufriedenheitsindizes	157
<i>Manfred Bruhn</i>	
Die indirekte Wichtigkeitsbestimmung im Rahmen von Kundenzufriedenheitsuntersuchungen: Probleme und Lösungsansätze	193
<i>Christian Homburg / Martin Klarmann</i>	
Die Vergleichbarkeit der Messung als Herausforderung bei internationalen Kundenzufriedenheitsuntersuchungen.....	231
<i>Martin Klarmann</i>	

Dritter Teil

Instrumente zum Management der Kundenzufriedenheit

Controlling der Kundenzufriedenheit	253
<i>Martin Artz</i>	
Kundenorientierte Mitarbeiter als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit	279
<i>Ruth Stock-Homburg</i>	
Preisfairness als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit	305
<i>Andreas Herrmann / Frank Huber / Martin Wricke / Emanuel de Bellis</i>	
Kundenorientierte Vergütungssysteme als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit?	331
<i>Ove Jensen</i>	
Der Einsatz von Customer Relationship Management zur Steuerung von Kundenzufriedenheit	349
<i>Oliver Götz / Wayne D. Hoyer / Manfred Krafft / Werner J. Reinartz</i>	
Kundenintegration im Innovationsprozess als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit	377
<i>Frank T. Piller</i>	
Customer Experience Management	411
<i>Danijel Jozić / Christina Kühnl</i>	

Vierter Teil

Erfahrungen aus ausgewählten Branchen

Management von Kundenzufriedenheit: ein Beispiel aus dem Maschinen-/Anlagenbau	441
<i>Rolf Kunold</i>	
Management von Kundenzufriedenheit in der Mobilfunkbranche	459
<i>Torsten J. Gerpott</i>	

Management von Kundenzufriedenheit im Pflegemarkt: das Beispiel Kursana	507
<i>Michael Scholl</i>	
Kundenzufriedenheit durch systematisches Management von Value-Added Services in der Spezialchemie	527
<i>Heinz-Günter Lux / Sven Kühlborn</i>	
Händlerzufriedenheitsmessung als Instrument zur Optimierung der strategischen Partnerschaft: Ein Beispiel aus der Automobilbranche	545
<i>Rolf Kunold / Markus Krebs</i>	
Business Modelizer: Durch Geschäftsmodellinnovationen das Manage- ment von Kundenzufriedenheit nachhaltig gestalten	567
<i>Sebastian Hohenberg / Stephan Mühlhäuser / Aline Gehring</i>	
Sachwortregister	589