

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	V
<i>Heike Brost, Rainer Neske, Wolfram Wrabetz</i>	
I Rahmenbedingungen für die Vertriebssteuerung ...	1
Exzellenz in der Vertriebssteuerung im Privatkundengeschäft	3
<i>Katrin Lumma, Olaf Scheer, Ulrich Vornbrock</i>	
Service Profit Chain – Ausrichtung des Bankvertriebs an kundenorientierten Zielen	23
<i>Manfred Bruhn, Dominik Georgi</i>	
Die strategische Herausforderung des Vertriebsmanagements in der Kreditwirtschaft	47
<i>Heike Brost</i>	
Guter Rat macht hilflos: Zur Qualität der Anlageberatung in Deutschland	63
<i>Andreas Oehler, Daniel Kohlert</i>	
Vertriebssteuerung im internationalen Privatkundengeschäft	103
<i>Rainer Neske</i>	
MiFID und BGH-Rechtsprechung als Rahmenbedingungen der Vertriebssteuerung	121
<i>Christian Waigel</i>	
Der deutsche Versicherungsvertrieb – Status Quo und Perspektiven	143
<i>Christoph Müller, Horst Müller-Peters</i>	
Neue Rahmenbedingungen für die Versicherungsvermittlung	169
<i>Matthias Beenken</i>	

II Aktuelle Entwicklungen bei einzelnen Vertriebsformen der Finanzdienstleistungen 197

Aktuelle Aspekte der Filialgestaltung – Ein Rundgang durch die ideale
Dialogfiliale 199

Carsten Claus, Markus Vogtmann

Erfolgsfaktor „Mobiler Vertrieb“: Ein Praxisbericht 221

Karin-Brigitte Göbel, Axel Warnecke

Aktuelle Entwicklungen bei den Direktbanken 237

Jörg Stettner

Der Makler als König Kunde – Deutschland wird ein Maklermarkt 251

Wilfried Krauth

III Ansätze für eine Optimierung des Vertriebswegemix in der Finanzdienstleistungsindustrie 269

Erfolg durch Systematik im Kundengewinnungs- und
Kundenentwicklungsprozess 271

Horst-Richard Jekel

Bleibst du noch oder gehst du schon?: Zur Wechselbereitschaft zufriedener
Bankkunden 287

Andreas Oehler, Daniela A. Wilhelm-Oehler

Bankassurance – Was macht diesen Vertriebsweg so erfolgreich? 313

Hans-Christian Marschler, Thomas Baumgärtler

Multi-Channel-Strategien in der Versicherungsbranche 343

Bernd Dedert

Vertriebssteuerung in Finanzvertrieben am Beispiel der Deutschen
Vermögensberatung AG 359

Helge Lach

IV	Vertriebscontrolling	377
	Management der Zufriedenheit von Firmenkunden im Finanzdienstleistungsbereich	379
	<i>Christian Homburg, Peter Klenk</i>	
	Preispolitik deutscher Banken – Zentrale Lücken identifizieren und schließen	401
	<i>Stephan Paul</i>	
	Kundenwertmanagement: Umsetzung einer kundenorientierten Vertriebssteuerung im Privatkundengeschäft	427
	<i>Olaf Scheer, Stefan Trost, Jürgen Banzhaf</i>	
	Aus Daten lernen: Intelligente Kundenanalyse als Schlüssel für effizientes Direkt-Marketing	447
	<i>Martin Schmidberger, Moritz Duhme</i>	
V	Personalpolitische Aspekte für Mitarbeiter im Vertrieb von Finanzdienstleistungsunternehmen	463
	Qualifikation zur Privaten Finanzplanung	465
	<i>Jürgen Steiner</i>	
	Typologie – Der Schlüssel zum erfolgreichen Umgang mit Menschen	489
	<i>Monika Wolfangel, Horst-Richard Jekel</i>	
	Der Erfolgsfaktor Vergütung als Bindeglied zwischen Vertriebs- und Unternehmenszielen	507
	<i>Jürgen Kohlhaas, Florian Lang, Oliver Doerfner</i>	

VI	Informationstechnologie und Vertriebssteuerung . . .	529
	Architekturen für die Multikanalbank	531
	<i>Reinhard Rabenstein</i>	
	Beratungssoftware für Finanzdienstleister	547
	<i>Wolfgang Drols</i>	
	Autoren/Herausgeber	579