

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1 Einleitung	1
2 Das Bankgeschäft in der Bundesrepublik Deutschland.....	3
3 Informationssysteme für das Customer Relationship Management	7
3.1 Customer Relationship Management.....	7
3.2 Data Warehouse als zentrales Datenerfassungskonzept.....	10
3.3 Multidimensionales Datenmodell und Analysekonzepte	12
4 Analytisches Customer Relationship Management in Banken.....	17
4.1 Datenmodellierung für Analysetätigkeiten.....	19
4.2 Bestimmung des Kundenwertes mittels Scoring	21
4.3 Verfahren der Datenanalyse für das analytische CRM in Banken	25
4.4 Beispiel einer Abwandererprävention	28
5 Marktübersicht ausgewählter Software-Anbieter	31
6 Zusammenfassung und Ausblick.....	33
Literaturverzeichnis	35
Anhang	51

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1 Kundenkontaktkanäle	4
Abb. 2 Typisierung des Customer Relationship Management	9
Abb. 3 Das Data Warehouse-Konzept	11
Abb. 4 Dimensionen im multidimensionalen Datenmodell.....	13
Abb. 5 Mehrdimensionale Abfrage.....	14
Abb. 6 Datenquellen für das CRM.....	18
Abb. 7 Datenmodell des Data Warehouse	20
Abb. 8 Unterstützung durch das CRM in Banken	25
Abb. 9 Regelkreis	27
Abb. 10 Entscheidungsbaum zur Abwandererprävention	29

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tab. 1 Marktübersicht	51