

Martin Stadelmann, Sven Wolter»
Sven Reinecke.TorstenTomczak

Customer Relationship Management

12 CRM-Best Practice-Fallstudien
zu Prozessen, Organisation, Mitarbeiterführung
und Technologie

Verlag Industrielle Organisation

Inhalt

Prof. Dr. Torsten Tomczak, Universität St. Gallen

Vorwort 9

Herausgeber II

Autoren 13

Dr. Martin Stadelmann, Mummert Consulting AG

Dr. Sven Wolter, Mummert Consulting AG

Dr. Sven Reinecke, Universität St. Gallen

Prof. Dr. Torsten Tomczak, Universität St. Gallen

Einleitung der Herausgeber 23

Teil II

CRM -Voraussetzung und Bestandteil kundenorientierter Unternehmensführung und -Organisation

Dr. Jörg Finsterwalder

Dr. Sven Reinecke

CRM = M²?

Ist Customer Relationship Management «besseres» Marketing? 29

Prof. Dr. Rene Rüttimann, Zürcher Hochschule Winterthur (ZHAW)

CRM = Unternehmensstrategie 45

Dr. Martin Stadelmann, Mummert Consulting AG Dr. Sven Woiter, Mummert Consulting AG Kundenorientierte Unternehmensgestaltung - CRM als integrierendes Führungs- und Organisationsprinzip.	53
Dr. Wolfgang Martin, Woifgang MARTIN Team Der Einfluss von CRM auf die Business-Architektur.	69
Dr. Jürgen Brunner, Mummert Consulting AG, Zürich CRM als Bestandteil einer wertorientierten Unternehmensführung.	81
Andreas E. Thyen, Mummert Consulting AG und Hamburger Universität für Wirtschaft und Politik Dr. Enno E.Wolf, Tchibo Hamburg Erfolgsvoraussetzungen für die Einführung von Customer Relationship Management (CRM).	97
Teil I! Best Practices im CRM - Fallstudien kundenorientierter Dienstleistungsunternehmen	
Thomas A. Ackermann, Credit Suisse Dr. Alex Nippe, Credit Suisse Intelligenz für das Kundenmanagement - Die Zusammenführung von Business-Analyse und CRM-Prozessen bei der Credit Suisse.	123
Karsten Sausen, Universität St. Gallen Christoph Ganswindt, Deutsche Lufthansa AG Differenzierung durch Qualität der Kundenbeziehung bei der Deutschen Lufthansa.	151

Andreas Winkler, Basler Versicherung	
Patricia Ernst, Basler Versicherung	
Fokus Vertriebsunterstützung -	
Schrittweise zum umfassenden CRM der Basler Versicherung....	167
Urs Schmid, Cablecom	
Faktor Mitarbeiter -	
Kernelement des Kundenmanagement bei der Cablecom.	181
Heidi Frei, Swisscard AECS	
Timm Degenhardt, Swisscard AECS	
Zielgruppenorientierung als Erfolgsfaktor	
der Produkteinführung bei der Swisscard AECS.	203
Rene F. Lisi, Winterthur Insurance	
Systematisches CRM-Prozessmanagement -	
Das Customer Interaction Programm der Winterthur Insurance	213
Judith Baumann, sunriseTDC Switzerland AG	
Qualität im Kundenservice -	
Grundsätze und Umsetzung bei sunrise.	237
Martin Ciocarelli, Zürcher Kantonalbank	
Roland Anderegg, Zürcher Kantonalbank	
Kundenorientiertes Kontaktmanagement	
bei der Zürcher Kantonalbank.	247
Reiner Grootenhuis, E.ON Bayern	
CRM in der Energieversorgung -	
Wirkungsorientiertes CRM-Controlling bei der E.ON Bayern.	259
Philipp Janson, Credit Suisse Private Banking	
Tobias Heller, Universität St. Gallen	
Modernes Kundenmanagement im Private Banking -	
Die Arbeitsumgebung «FrontNet» in der Credit Suisse.	277

Hans-Rudolf **Casteil**, Concordia

Servicequalität im Fokus -

Professionelle Kundenbetreuung bei der Concordia. 295

Franz josef Reiner, DaimlerChrysler Bank

Michael Welke, DaimlerChrysler Bank

Jeder Kundenkontakt zählt - DaimlerChrysler Bank unterwegs

für die Fahrzeugmarken von DaimlerChrysler. 311

Teil 11!

CRM im internationalen Vergleich

Dr. Sven Wolter, Mummert Consulting AG

Dr. Martin Stadelmann, Mummert Consulting AG

Maja Baumann, Mummert Consulting AG

Status quo des CRM im deutschsprachigen Europa -

Ein länderübergreifender Vergleich. 329