

Management von Kundenbeziehungen

Perspektiven - Analysen -
Strategien - Instrumente

Herausgegeben von
Dominik Georgi / Karsten Hadwich

Mit Beiträgen von:

Rene Algesheimer • Thomas Bauer • Martin Benkenstein,
Florian Böckermann © Nicolas Bourbonus • H. Dieter Dahlhoff
Martin Dietrich • Hermann Diller « Franz-Rudolf Esch • Hermann Freter
Andreas Fürst« Dominika Gawlowski • Dominik Georgi • Olaf Göttgens
Andrea Gröppel-Klein • Karsten Hadwich • Kerstin Hartmann
Bernd Helmig « Uta Herbst • Andreas Herrmann • Robert Hörstrup
Nikolaus A. D. Hohl • Christian Homburg • Frank Huber • Peter Ising
Manfred Kirchgeorg • Jörg Königstorfer • Jan R. Landwehr
Heribert Meffert • Silke Michalski • Daniel Mühlhaus ° Steffen Munk
Dieter Pfaff • Michael Pohl • Andre Pohlkamp • Hajo Riesenbeck
Henner Schierenbeck • Christiane Springer • Bernd Stauss
Dieter K.Tscheulin • Sebastian Uhrich • Markus Voeth • Rolf Weiber
Klaus L.Wübbenhorst

Manfred Bruhn
zum 60. Geburtstag



1 Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	VII
Grußwort.....	XIII
Vita Prof. Dr. Manfred Bruhn.....	XVII
Autorenverzeichnis.....	XXIII

Teil 1: Perspektiven des Kundenbeziehungsmanagements

Heribert Meffert, Andre Pohlkamp und Florian Böckermann

Wettbewerbsperspektiven des Kundenbeziehungsmanagements im Spannungsfeld wissenschaftlicher Erkenntnisse und praktischer Exzellenz.....	3
---	---

Bernd Stauss

Internes Relationship Management - Das Beziehungsmanagement interner Dienstleister.....	27
---	----

Teil 2: Analysen im Kundenbeziehungsmanagement

Andrea Gröppel-Klein und Jörg Königstorfer

Die Bedeutung von Emotionen für die Bindung an Marken und Handelsunternehmen.....	55
---	----

Hermann Dillcr und Thomas Bauer

Kundenlebenswertmodelle im Einzelhandel - Ein empirischer Vergleich konkurrierender Ansätze.....	81
--	----

Dieter Pf äff und Peter Ising

Kundencontrolling - Wichtige Methoden und Techniken.....	105
--	-----

Klaus L. Wübbenhorst

Kundenbindung bei Fast Moving Consumer Goods (FMCG).....	129
--	-----

Olaf Göttgens

Kundenmigration - Die Steigerung des Kundenwerts als zentrales Unternehmensziel.....151

Teil 3: Strategien des Kundenbeziehungsmanagements

Hennann Freter und Nikolaus A.D. Hohl

Kundensegmentierung im Kundenbeziehungsmanagement.....177

Hajo Riesenbeck

Erfolgsfaktoren im Kundenbeziehungsmanagement.....201

Silke Michalski und Bernd Helmig

Management von Non-Profit-Beziehungen - ein Service Value Chain-orientierter Ansatz.....229

Dieter K. Tschulin und Martin Dietrich

Das Management von Kundenbeziehungen im Gesundheitswesen.....251

Henner Schierenbeck und Michael Pohl

Sicherstellung nachhaltiger Kundenbeziehungen als Herausforderung für bankbetriebliche Steuerungssysteme.....277

Teil 4: Instrumente des Kundenbeziehungsmanagements

Christian Homburg und Andreas Fürst

Gestaltung des Beschwerdemanagements - Eine integrative Betrachtung.....297

Manfred Kirchgeorg und Christiane Springer

Einsatz und Wirkung von Instrumenten der Live Communication im Kundenbeziehungszyklus.....325

H. Dieter Dahlhoff

Die Rolle der Direktkommunikation im Management von Kundenbeziehungen öffentlicher Institutionen.....345

Dominik Georgi und Nicolas Bourbonus

Online Relationship Marketing - Einfluss der Online-Interaktionsfrequenz auf das Beziehungsverhalten der Kunden.....367

<i>Karsten Hadwich und Steffen Munk</i> Einsatz und Auswirkungen von Technologien in Kundenbeziehungen.....	387
<i>Rolf Weiber, Daniel Mühlhaus und Robert Hörstrup</i> Kategoriezentrierte und repräsentantenorientierte Auswahlentscheidungen - Konsequenzen für das Management von Kundenbeziehungen.....	407
<i>Martin Benkenstein und Sebastian Uhrich</i> Dienstleistungsbeziehungen im Gesundheitswesen - Ein Überblick zum Konzept „Shared Decision Making“ in der Arzt-Patienten-Interaktion.....	431
<i>Markus Voeth und Uta Herbst</i> Dienstleistungsbegleitende Produkte.....	453
<i>Andreas Herrmann, Rene Algesheimer, fan R. Landwehr und Frank Huber</i> Management von Kundenbeziehungen durch Brand Communities.....	469
<i>Franz-Rudolf Esch, Kerstin Hartmann und Dominika Gawlowski</i> Interne Markenführung zum Aufbau von Mitarbeiter-Marken-Beziehungen.....	485
Auszug aus dem Schriftenverzeichnis von Prof. Dr. Manfred Bruhn.....	505
Sich	Wortverzeichnis.....
	515