

**Martin Stadelmann
Sven Wolter
Mireille Troesch**

Customer Relationship Management

**Neue CRM-Best-Practice-Fallstudien und -Konzepte
zu Prozessen, Organisation, Mitarbeiterführung
und Technologie**

Verlag Industrielle Organisation

Inhalt

Prof. Dr. Reinhold Rapp	
Vorwort	9
Dr. Martin Stadelmann, Dr. Sven Wolter, Prof. Mireille Troesch	
Einleitung der Herausgeber	11

Teil I

CRM-Konzepte, -Instrumente, -Strategien

Dr. Martin Stadelmann, Dr. Sven Wolter	
Kundenorientierte Unternehmensgestaltung –	
CRM als integrierendes Führungs- und Organisationsprinzip	19
Dr. Sven Wolter, Thomas Deuser	
Customer Centricity –	
Der Pfad zu wahrer Kundenorientierung	37
Prof. Dr. Manfred Bruhn, Dr. Dominik Georgi, Dr. Karsten Hadwich	
Kundenwertmanagement –	
Konzepte, Strategien und Massnahmen in der Praxis	51
Dr. Christian Huld	
Die Emotionalisierung im CRM:	
Messung – Nutzung – Intensivierung	63
Prof. Dr. Sven Reinecke, Dr. Sabine Reinecke	
Kennzahlengestütztes Controlling der Kundenbindung	77

Marco Hahn, Markus Keck

**Integration der Vertriebswege im Retail Banking
Herausforderungen des Multi-Channel-Managements 91**

Dr. Wolfgang Martin

**Implementierung von CRM
mittels SOA-basierender Geschäftsprozesse 107**

Prof. Dr. René Rüttimann

**Langfristiger Unternehmenserfolg =
Strategie + Innovationen + CRM..... 119**

Dr. Miltiadis Sarakinos, Dr. Ingo Hary

**Wirksamkeitsmessung im Direktmarketing – Einsatz
permanenter und massnahmenpezifischer Kontrollgruppen 131**

David D. Laux, Mario A. Pufahl

**Effizienzsteigerungen im B2B-Vertrieb
durch ein standardisiertes Verkaufsprojektmanagement 143**

Prof. Dr. Bernd Stauss

Strategisches Beschwerdemanagement..... 155

Dr. Jürgen Brunner

**Erfolgsmessung von CRM-Initiativen
mittels Business Cases und Performance Management..... 171**

Prof. Dr. Marcus Schögel, Oliver Arndt

**Change Management – Strategischer Erfolgsfaktor bei der
Umsetzung kundenorientierter Strategien..... 187**

José Carlos Rageth

Der Weg zu einer optimalen CRM-Lösung..... 201

Teil II

Best Practices im CRM

Fallstudien kundenorientierter Unternehmen

Dieter Fischer, Roland Lüthi Mit modernster Contact-Center-Infrastruktur die Umsetzung der Geschäftsstrategie bei Mobi24 beschleunigen.....	213
Dr. Markus R. Neuhaus, Dr. Michael Flaschka CLIENT FIRST – Das CRM-Programm von PwC Schweiz.....	225
Michael Nägele, Thomas Cicconi Segmentorientiertes CRM und Marketing-Partnerschaften des Telekommunikationsanbieters Sunrise Communications AG	237
Reto Bühler, Dr. Ingo Hary, Dr. Penny Spring Der Closed-Loop-Ansatz bei Swisscom Privatkunden Festnetz – Verschmelzung von analytischem und operativem CRM	251
Dr. Christian Friege Mit strategischem Beziehungsmanagement rentable Kunden halten	267
Dr. Patrick Schünemann, Kaspar Trachsel Approach Management bei PostFinance	285
Ralf Winter, Christopher S. Kälin Projekt «X» oder «Wie Xerox aus zufriedenen Kunden auch treue Kunden macht.».....	301
Dietrich Rickhaus, Thomas Spaar Aufbau des Kundenservicecenters bei Heineken Switzerland.....	313
Ruedi Winzeler, Daniel I. Zürcher Modernes Kundenmanagement im Private Banking – Ganzheitliche und integrierte Prozessunterstützung mittels FrontNet in der Credit Suisse.....	329

Ergebnisse der aktuellen CRM-Forschung

Prof. Dr. Florian U. Siems

Effekte von Preiswahrnehmungen auf Kundenzufriedenheit und Kundenbindung – Ergebnisse einer empirischen Analyse und Managementimplikationen 347

Prof. Mireille Troesch-Jacot

Die Kundenzufriedenheit in einer Non-Profit-Organisation messen ... 365

Roman Lenz, Dr. Martin Stadelmann

Stand des Beschwerdemanagements in der Schweizer Unternehmenspraxis – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung 381