

Inhaltsverzeichnis

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

Teil 1: Perspektiven des Kundenbeziehungsmanagements

Heribert Meffert, André 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 Diller und Thomas Bauer

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

Dieter Pfaff und Peter Ising

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

Klaus L. Wübberhorst

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

Olaf Göttgens

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

Teil 3: Strategien des Kundenbeziehungsmanagements

Hermann Freter und Nikolaus A.D. Hohl

Kundensegmentierung im Kundenbeziehungsmanagement177

Hajo Riesenbeck

Erfolgsfaktoren im Kundenbeziehungsmanagement201

Silke Michalski und Bernd Helmig

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

Dieter K. Tscheulin und Martin Dietrich

Das Management von Kundenbeziehungen im Gesundheitswesen251

Henner Schierenbeck und Michael Pohl

Sicherstellung nachhaltiger Kundenbeziehungen als Herausforderung für
bankbetriebliche Steuerungssysteme277

Teil 4: Instrumente des Kundenbeziehungsmanagements

Christian Homburg und Andreas Fürst

Gestaltung des Beschwerdemanagements – Eine integrative Betrachtung297

Manfred Kirchgeorg und Christiane Springer

Einsatz und Wirkung von Instrumenten der Live Communication im
Kundenbeziehungszyklus325

H. Dieter Dahloff

Die Rolle der Direktkommunikation im Management von Kundenbeziehungen
öffentlicher Institutionen345

Dominik Georgi und Nicolas Bourbonus

Online Relationship Marketing – Einfluss der Online-Interaktionsfrequenz
auf das Beziehungsverhalten der Kunden367

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