

Hans H. Hinterh über/Kurt Matzler (Hrsg.)

Kundenorientierte Unternehmensführung

Kundenorientierung -
Kundenzufriedenheit -
Kundenbindung

4., überarbeitete und erweiterte Auflage



Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber.....	V
------------------------------	---

Teil 1: Grundlagen

Kurt Matzler, Heinz K. Stahl, Hans H. Hinterhuber

Die Customer-based View der Unternehmung.....	3
---	---

Manfred Bruhn

Das Konzept der kundenorientierten Unternehmensführung.....	33
---	----

Frank Huber, Andreas Herrmann, Christine Braunstein

Der Zusammenhang zwischen Produktqualität, Kundenzufriedenheit und Unternehmenserfolg.....	67
---	----

Bernd Stauss, Patricia Neuhaus

Das Qualitative Zufriedenheitsmodell (QZM).....	85
---	----

Heinz K.Stahl

Kundenloyalität kritisch betrachtet.....	101
--	-----

Torsten Tomczak, Sabine Dittrich, Sven Reinecke

Kundenpotentiale ausschöpfen - Gestaltungsansätze für Kundenbindung in verschiedenen Geschäftstypen.....	121
---	-----

Michael Laker, Alexander Pohl, Denise Dahlhoff

Kundenbindung auf neuen Märkten.....	147
--------------------------------------	-----

Gernot Handlbauer

Kundenorientiertes Wissensmanagement.....	161
---	-----

Kurt Matzler, Natascha Pramhas

Preiszufriedenheit - Prospect Theory oder Kano-Modell?.....	181
---	-----

<i>Sonja Grabner-Kräuter, Alexander Schwarz-Musch</i>	
CRM - Grundlagen und Erfolgsfaktoren.....	195
<i>Johann Füller, Hans Mühlbacher, Michael Bartl</i>	
Beziehungsmanagement durch virtuelle Kundeneinbindung in den Innovationsprozess.....	215

Teil 2: Instrumente und Methoden

<i>Heinz K. Stahl, Hans H. Hinterhuber, Stephan A. Friedrich von den Eichen, Kurt Matzler</i>	
Kundenzufriedenheit und Kundenwert.....	243
<i>Kurt Matzler, Franz Bailom</i>	
Messung von Kundenzufriedenheit.....	263
<i>Eva Thelen, Oliver Koll, Hans Mühlbacher</i>	
Prozessorientiertes Management von Kundenzufriedenheit.....	295
<i>Kurt Matzler, Elmar Sauerwein, Christian Stark</i>	
Methoden zur Identifikation von Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren.....	315
<i>Bernd Stauss</i>	
Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung.....	341
<i>Antonella Mei-Pochtler</i>	
Kundenbindung durch <i>Discovery</i>	361
<i>Klaus J. Zink, Thomas Bäuerle</i>	
Kundenorientierung und -Zufriedenheit in Business Excellence-Konzepten.....	379
<i>Stephan A. Butscher, Lars R. Müller</i>	
Kundenbindung durch Kundenclubs.....	409
<i>Günther Botschen, Martina Botschen</i>	
Kundenintegrierte Neuproduktentwicklung von Dienstleistungen.....	425

*Stephan A. Friedrich von den Eichen, Hans H. Hinterhuber, Kurt Matzler,
Heinz K. Stahl*

Durch Kooperation den Kundenwert steigern.....443

Andreas Hinterhuber

Pricing und Kundenzufriedenheit.....463

Teil 3: Praktische Erfahrungen

Heinrich Holland

Kundenbindungsmanagement in der Automobilbranche.....483

Martin Wieder

Kundenbindungsinstrumente im Handel - Erfolgspotentiale
und Umsetzungsvoraussetzungen.....499

Christine Kittinger-Rosanelli

„Alegria“ - Der Weg der Bank für Tirol und Vorarlberg (BTV)
zu begeisterten Kunden im Rahmen eines Qualitätsmanagementprozesses.....517

Catrin Hinkel, Kurt Hansen, Karl Weisensee, Otto Zeppenfeld

Kundenorientierung im Customer Care - Der ganzheitliche Ansatz der
Deutschen Telekom.....533

Manfred Kohl, Christine Siegel

Beziehungsmarketing im Tourismus.....565

Dagmar Abfalter, Harald Pechlaner, Kurt Matzler, Klaus Loukota

Der Qualimeter als Instrument zur Messung der Kundenzufriedenheit
am Beispiel der Angebotsgruppe „Urlaub am Bauernhof in Tirol.....577

Alexander Pohl

Kundenbindungsprogramme in Frankreich: Bedeutung und Fallstudien.....599

Reinhold Karner

Kundenorientierte Unternehmensführung:
Fallbeispiel KTW Software & Consulting, Tirol.....611