

IT-Systeme im CRM

Aufbau und Potenziale

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
--------------	---

Erster Teil

Grundlagen der IT-Unterstützung im CRM

Aufbau und Funktionalitäten von CRM-Systemen.....	13
<i>Hajo Hippner, Rene Rentzmann, Klaus D. Wilde</i>	
Basistechnologien von CRM-Systemen.....	43
<i>Michael Amberg</i>	
Wissensmanagement im CRM.....	75
<i>Andreas Oberweis, Oliver Pauken, Hagen J. Sexauer</i>	
Ein Vorgehensmodell zur Auswahl von CRM-Systemen.....	97
<i>Hajo Hippner, Rene Rentzmann, Klaus D. Wilde</i>	
Implementierung von CRM-Systemen - Integrationsebenen und -technologien.....	121
<i>Matthias Meyer</i>	

Zweiter Teil

IT-Unterstützung im analytischen CRM

Kundeninformationen als Basis des CRM.....	151
<i>Hajo Hippner, Martina Leber, Klaus D. Wilde</i>	
Das Data-Warehouse-Konzept im CRM.....	183
<i>Jörg Becker, Ralf Knackstedt</i>	

Grundlagen von Content-Management-Systemen und Ansätze ihrer Bedeutung für das CRM.....	209
<i>Ralph Berchtenbreiter</i>	
Data Mining - Grundlagen und Einsatzpotenziale im CRM.....	241
<i>Hajo Hippner, Melanie Merzenich, Klaus D. Wilde</i>	
Web Mining - Grundlagen und Einsatzpotenziale im eCRM.....	269
<i>Hajo Hippner, Melanie Merzenich, Klaus D. Wilde</i>	

Dritter Teil

IT-Unterstützung im operativen CRM

Sales Automation - Grundlagen des Computer Aided Selling.....	301
<i>Peter Winkelmann</i>	
Marketing Automation - Grundlagen des Kampagnenmanagements.....	333
<i>Andreas Englbrecht, Hajo Hippner, Klaus D. Wilde</i>	
Service Automation - Unterstützung der Serviceprozesse im Front- und Back-Office.....	373
<i>Andreas Schaler</i>	
Aufbau, Management und Potenziale eines Customer Interaction Center.....	393
<i>Anton Meyer, Roland Kantsperger</i>	
eCRM - Konzeptionelle Grundlagen und Instrumente zur Unterstützung der Kundenprozesse im Internet.....	417
<i>Andreas Englbrecht, Hajo Hippner, Klaus D. Wilde</i>	
Grundlagen und Potentiale der mobilfunkbasierten Kundenbeziehungspflege (mobile eCRM).....	453
<i>Günter Silberer</i>	

Vierter Teil

Einsatz ausgewählter CRM-Funktionalitäten in der Praxis

Kundenbeziehungs-Management mit Database Marketing-Systemen - Ergebnisse einer aktuellen Studie.....	473
<i>Hagen J. Sexauer, Marc Wellner</i>	
Customer Interaction Center als Instrument des CRM? - Empirische Befunde einer branchenübergreifenden Benchmarkingstudie.....	491
<i>Anton Meyer, Roland Kantsperger</i>	
Kundenorientierung im Web - Eine Analyse der Internet-Auftritte deutscher Unternehmen.....	511
<i>Andreas Englbrecht, Hajo Hippner, Klaus D. Wilde</i>	
Autorenverzeichnis.....	543
Stichwortverzeichnis.....	549