

Goetz Greve
Elke Benning-Rohnke (Hrsg.)

Kundenorientierte Unternehmensführung

Konzept und Anwendung
des Net Promoter® Score in der Praxis

Mit einem Geleitwort von Geert van Kuyck



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis



Geleitwort	V
Vorwort	IX
Erster Teil	
Theoretische Erkenntnisse	1
Kundenorientierte Unternehmensführung als Managementtherausforderung	3
<i>Goetz Greve</i>	
Zweiter Teil	
Methodische Erkenntnisse	33
Konzeption und Nutzung des Net Promoter® Score	35
<i>Jan Van Riet / Markus Kirsch</i>	
Customer-Relationship-Management-Integration des Net Promoter® Score	85
<i>Uwe May / Robert Asal / Marcus Hilmer</i>	
Kundenorientierte Unternehmensführung – Funktionen und Aufgaben einer externen Beratung	103
<i>Siegfried Greif / Elke Benning-Rohnke</i>	
Dritter Teil	
Psychologische Erkenntnisse	115
Kundenorientierung – Warum sie oft scheitert und wie sie besser machbar ist	117
<i>Elke Benning-Rohnke / Siegfried Greif</i>	

Vierter Teil**Praktische Erkenntnisse** 157

Lonza Group Ltd., Basel 159

Stefan Borgas / Elke Benning-Rohnke

Spreadshirt AG, Leipzig 173

Tobias Ebert

Institut Straumann AG, Basel 183

*Franz Maier / Petra Borisch***Fünfter Teil****Empirische Erkenntnisse** 195Die Anwendung des Net Promoter® Score in der Praxis:
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung 197*Goetz Greve*

Autorenverzeichnis 219