

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
I. Implementierung einer kundenorientierten Unternehmensführung	13
1. Erfolgsfaktor Kundenorientierung	15
2. Grundlagen einer kundenorientierten Unternehmensführung	20
2.1 Konzeptionalisierung der Kundenorientierung	20
2.2 Kundenorientierte Unternehmensführung	22
3. Barrieren der externen Kundenorientierung	23
4. Konzept der Internen Kundenorientierung	26
5. Prozess der kundenorientierten Unternehmensführung	29
6. Bezugsrahmen der Internen Kundenorientierung	31
II. Kundenorientierte Unternehmensstrukturen	35
1. Erscheinungsformen kundenorientierter Unternehmensstrukturen	37
2. Externe Ziele von kundenorientierten Unternehmensstrukturen	39
3. Interne Anforderungen an kundenorientierte Unternehmensstrukturen	41
3.1 Spezialisierung	42
3.2 Koordination	43
3.3 Konfiguration	44
3.4 Entscheidungsdelegation	44
3.5 Formalisierung	45
4. Gestaltung von kundenorientierten Unternehmensstrukturen	48
4.1 Gestaltung einer kundenorientierten Aufbauorganisation	48
4.1.1 Funktionalorganisation	48
4.1.2 Objektorientierte Organisationsformen	51
4.1.3 Matrixorganisation	55
4.1.4 Netzwerkorganisation	58
4.1.5 Virtuelle Unternehmen	61
4.1.6 Koordinationsinstrumente	65
4.2 Gestaltung einer kundenorientierten Ablauf-/Prozessorganisation	72
4.2.1 Prozessorientierte Organisationsgestaltung	73
4.2.2 Schnittstellenmanagement	79

III. Kundenorientierte Unternehmenssysteme	87
1. Bausteine von kundenorientierten Unternehmenssystemen	89
2. Kundenorientierte Informationssysteme	92
2.1 Erscheinungsformen kundenorientierter Informationssysteme	92
2.2 Externe Ziele von kundenorientierten Informationssystemen	98
2.3 Interne Anforderungen an kundenorientierte Informationssysteme	100
2.4 Gestaltung kundenorientierter Informationssysteme	102
2.4.1 Defizite in der Praxis	102
2.4.2 Customer Database Management als Grundlage von kundenorientierten Informationssystemen	103
2.4.3 Kundenorientierte Informationssysteme für den analytischen Einsatz	109
2.4.4 Kundenorientierte Informationssysteme für den operativen Einsatz	114
2.4.5 Kundenorientierte Informationssysteme für den kommunikativen Einsatz	115
2.5 Überwindung von Akzeptanzbarrieren	117
3. Kundenorientierte Kommunikationssysteme	120
3.1 Erscheinungsformen kundenorientierter Kommunikationssysteme	120
3.2 Externe Ziele von kundenorientierten Kommunikationssystemen	123
3.3 Interne Anforderungen an kundenorientierte Kommunikationssysteme	128
3.4 Gestaltung von kundenorientierten Kommunikationssystemen	129
3.4.1 Extern-orientierte Kommunikationssysteme	129
3.4.2 Intern-orientierte Kommunikationssysteme	136
4. Kundenorientierte Steuerungssysteme	147
4.1 Erscheinungsformen von kundenorientierten Steuerungssystemen	147
4.2 Externe Ziele von kundenorientierten Steuerungssystemen	147
4.3 Interne Anforderungen an kundenorientierte Steuerungssysteme	149
4.4 Gestaltung von kundenorientierten Steuerungssystemen	151
4.4.1 Qualitätsmanagement	151
4.4.2 Beschwerdemanagement	165
4.4.3 Kundenbindungsmanagement	179
4.4.4 Customer Value Management	192
5. Kundenorientierte Personalmanagementsysteme	202
5.1 Erscheinungsformen von kundenorientierten Personalmanagementsystemen	202
5.2 Externe Ziele von kundenorientierten Personalmanagementsystemen	205
5.3 Interne Anforderungen an kundenorientierte Personalmanagementsysteme	206

5.4 Gestaltung kundenorientierter Personalmanagementsysteme.....	208
5.4.1 Personalgewinnung.....	209
5.4.2 Personalentwicklung.....	213
5.4.3 Anreiz- und Vergütungssysteme.....	221
IV. Kundenorientierte Unternehmenskultur.....	229
1. Erscheinungsformen einer kundenorientierten Kultur.....	232
2. Externe Ziele einer kundenorientierten Unternehmenskultur.....	234
3. Interne Anforderungen an eine kundenorientierte Unternehmenskultur.....	235
4. Gestaltung der kundenorientierten Unternehmenskultur.....	236
4.1 Individuelle Perspektive.....	237
4.2 Gruppenebene.....	242
4.3 Unternehmensebene.....	245
V. Zusammenfassung und Ausblick.....	255)
Literaturverzeichnis.....	265
Stichwortverzeichnis.....	279