

Kundenbeziehungsmanagement

Leitfaden zu Kundenintegration und wissensbasiertem Einsatz
von Service, Logistik und E-Technologien

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Wildemann



TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG
Leopoldstr. 145 • 80804 München
Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de

Horst Wildemann

Kundenbeziehungsmanagement

Leitfaden zu Kundenintegration und wissensbasiertem Einsatz von Service, Logistik und E-Technologien

Copyright by TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG

19. Auflage 2021

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Wildemann, Horst

Kundenbeziehungsmanagement

Leitfaden zu Kundenintegration und wissensbasiertem Einsatz
von Service, Logistik und E-Technologien

ISBN 978-3-934155-54-1

TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG

Leopoldstr. 145 • 80804 München

Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de •

Alle Rechte, auch die der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Die Intensivierung des Wettbewerbs und eine stagnierende Nachfrage führen dazu, dass es immer schwieriger wird, langfristig durch offensive Strategien der Neukundengewinnung profitabel zu wachsen, da es oftmals mehr Kosten verursacht, neue Kunden zu gewinnen als bestehende zu halten. Die Gewinnung neuer Kunden kann dabei bis zu fünf mal teurer sein als das Pflegen existierender Kundenbeziehungen. Somit rückt der Aufbau von Kundenbeziehungen verstärkt in den Mittelpunkt. Das Denken in Umsätzen wird durch ein ergebnisorientiertes Denken ersetzt. Erreicht wird dies durch den Aufbau von Beziehungen zur Bindung selektierter, wertvoller Kunden. Eine besondere Rolle innerhalb der Kundenbeziehungen spielt dabei der Einsatz von Service, Logistik und E-Technologien. Weiterhin ist eine Integration des Kunden nötig, um Wissen über die Kundenbedürfnisse zu gewinnen und Beziehungen individuell gestalten zu können. Für die Unternehmen stellt sich die Frage, durch welche Gestaltungsfelder Kundenbeziehungsmanagement umzusetzen ist und welche Methoden einzusetzen sind.

Mit diesem Leitfaden soll ...

- ... ein einheitliches Verständnis über Kundenbeziehung und Kundenintegration erreicht werden.
- ... der Gestaltungsbereich im Kundenbeziehungsmanagement durch Service, Logistik und E-Technologien aufgezeigt werden.
- ... dargestellt werden, wie systematisch und gezielt Wissen über die Kundenbedürfnisse generiert werden kann.
- ... der Leser in die Lage versetzt werden, ein Kundenbeziehungsmanagement-Programm im eigenen Unternehmen zu initiieren.
- ... durch die Darstellung von Leitlinien und Bausteinen und deren Wirkungsweise die Grundlage für die Umsetzung geschaffen werden.

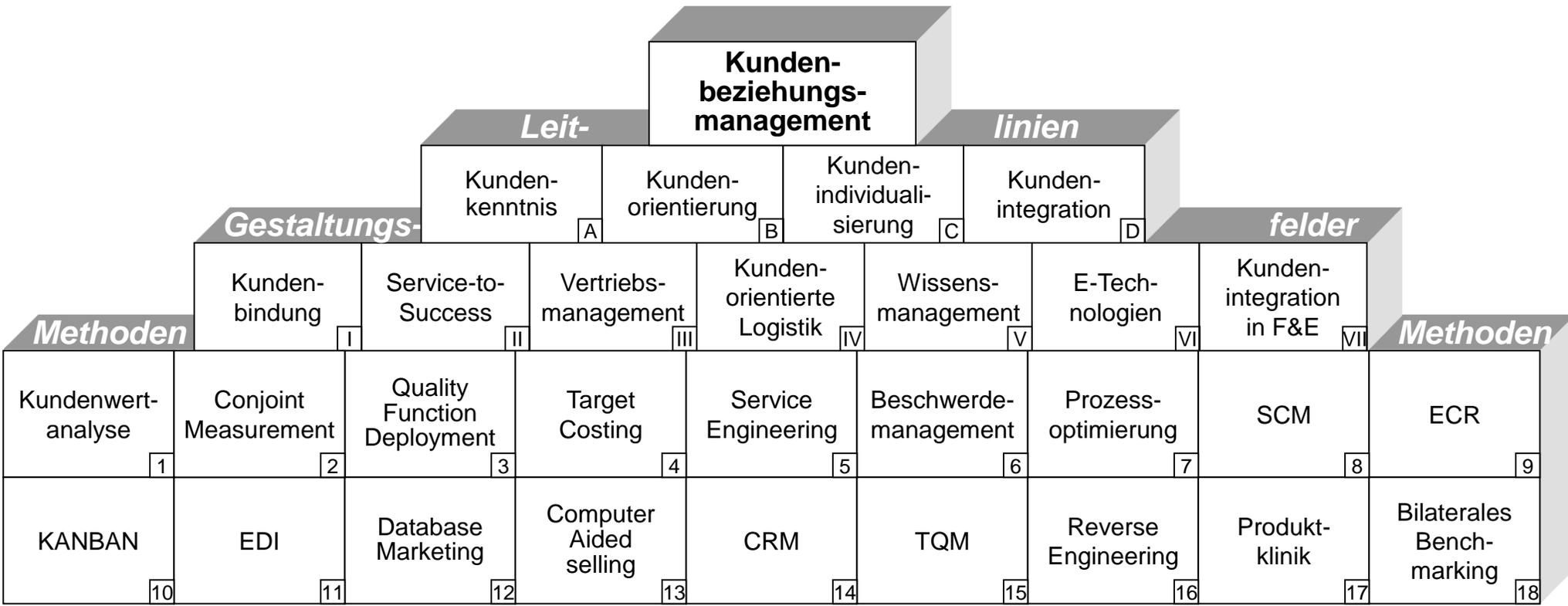


Inhaltsverzeichnis

A	Ausgangssituation
B	Bausteinkonzept Kundenbeziehungsmanagement
C	Leitlinien
D	Gestaltungsfelder
E	Methoden
F	Vorgehensweise
G	Literaturverzeichnis



Das Bausteinkonzept ...



 ... beinhaltet als Leitlinien Kundenkenntnis, -orientierung, -integration und -individualisierung.

