

# Inhaltsverzeichnis

## Instrumente

<b>Überblick zum Customer Relationship Management</b> . . . . .	3
Stefan Helmke, Matthias Uebel und Wilhelm Dangelmaier	
<b>Optimierung der Neukundengewinnung</b> . . . . .	21
Stefan Helmke, Matthias Uebel und Matthias Essing	
<b>Systematische Steuerung von Vertriebsprozessen</b> . . . . .	35
Matthias Uebel und Stefan Helmke	
<b>Steuerung im Direktmarketing</b> . . . . .	49
Stefan Helmke und Matthias Uebel	
<b>Vertriebssteuerung durch operative CRM-Systeme: Anwendungsstand und Nutzenpotenziale in der betrieblichen Praxis</b> . . . . .	71
Hagen J. Sexauer und Marc Wellner	
<b>CRM-Bestandsaufnahme und Nutzungsrolle im Querschnitt aktueller Trends und Entwicklungen</b> . . . . .	83
Benjamin Birker	
<b>Data Mining im CRM</b> . . . . .	101
Hajo Hippner und Klaus D. Wilde	
<b>Churn Management – Herausforderungen für den Handel</b> . . . . .	119
Heike Papenhoff und Karsten Lübke	
<b>Wertorientierte Ausrichtung der Neukundengewinnung</b> . . . . .	129
Jens Kirchner	
<b>Aufbau eines Kampagnensteuerungstools</b> . . . . .	149
Simon Volkmer und Leon Zurawski	

---

<b>Corporate Social Responsibility als CRM-Instrument</b> .....	173
Tanaz Moavenian und Yannick Helmke	
 <b>Einführungskonzepte und Organisation</b>	
<b>Einführung von CRM im Unternehmen</b> .....	191
Stefan Helmke, Matthias Uebel und Wilhelm Dangelmaier	
<b>Change Management in der Praxis zur Einführung von CRM</b> .....	201
Stefan Helmke, Dörte Brinker-Helmke, Matthias Uebel und Max Helmke	
<b>Electronic Commerce – ein Merkmal zur kundenorientierten Gestaltung unternehmensweiter Informationssysteme</b> .....	213
Jan Helmke	
<b>Systematische Kosten- und Nutzenbewertung für CRM-Systeme</b> .....	223
Matthias Uebel und Stefan Helmke	
<b>Szenarien, Wargaming und Simulationen als zukunfts- und entscheidungsorientierte Instrumente im Customer Relationship Management</b> .....	237
Mario Stoffels	
<b>CRM in der Praxis – Die Auswahl des passenden CRM ist gar nicht so einfach</b> .....	251
Sarah Midderhoff	
<b>Trade Marketing</b> .....	271
Andrea Bollers	
<b>Unternehmensübergreifende Planung als Schnittstelle zwischen CRM und SCM</b> .....	283
Axel Busch und Timo Langemann	
<b>Cross-Buying-Effekte in Multi-Partner-Bonusprogrammen</b> .....	297
Mario Rese, Heike Papenhoff und Annika Wilke	
<b>Serviceorientiertes Controllingsystem als Basis für unternehmensinternes CRM</b> .....	309
Rainer Frischkorn	