

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--------------------------|------|
| Vorwort | V |
| Autorenverzeichnis | XIII |

Erster Teil

Begriff und Grundlagen des Kundenbindungsmanagements

| | |
|--|---|
| <i>Christian Homburg und Manfred Bruhn</i> Kundenbindungsmanagement – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen | 3 |
|--|---|

Zweiter Teil

Kundenbindung aus theoretischer Perspektive

| | |
|---|-----|
| <i>Andrea Gröppel-Klein, Jörg Königstorfer und Ralf Terlutter</i> Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Kundenbindung | 43 |
| <i>Marcella Grohmann, Christian Heumann und Florian Wangenheim</i> Determinanten der Kundenbindung | 81 |
| <i>Christian Homburg, Annette Becker und Frederike Hentschel</i> Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung | 101 |
| <i>Sabrina Helm</i> Kundenbindung und Kundenempfehlungen | 135 |
| <i>Marion Büttgen</i> Kundenbindung durch Kundenintegration | 155 |

Dritter Teil

Kundenbindung aus strategischer Perspektive

| | |
|---|-----|
| <i>Andreas Eggert und Ina Garnefeld</i> Kundenbindung auf Basis des Relationship Value | 183 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| <i>Joachim Zentes, Bernhard Swoboda und Dirk Morschett</i> Kundenbindung im vertikalen Marketing | 201 |
| <i>Klaus Backhaus, Matthias Koch, Katrin Mühlfeld und Sascha Witt</i> Kundenbindung im Industriegütermarketing | 235 |
| <i>Manfred Bruhn und Silke Boenigk</i> Kundenabwanderung als Herausforderung des Kundenbindungsmanagements..... | 273 |
| <i>Heiner Evanschitzky, David Woisetschläger, Christof Backhaus und Manuel Michaelis</i> Kundenbindung in Dienstleistungsnetzwerken | 301 |
| <i>Manfred Bruhn</i> Anbieterseitige Kündigung von Kundenbeziehungen – Kundenbindung versus Beziehungsbeendigung..... | 333 |

Vierter Teil

Instrumente der Kundenbindung

| | |
|--|-----|
| <i>Torsten Tomczak, Sven Reinecke und Sabine Dittrich</i> Kundenbindung durch Kundenkarten und -clubs | 375 |
| <i>Bernd Stauss</i> Vermeidung von Kundenverlusten und Stärkung der Kundenbindung durch Be- schwerdemanagement..... | 399 |
| <i>Hermann Diller</i> Kundenbindung durch Preispolitik | 429 |
| <i>Dirk Möhlenbruch, Steffen Dölling und Falk Ritschel</i> Instrumente des Web 2.0 im Kundenbindungsmanagement des E-Commerce | 459 |
| <i>Ruth Stock-Homburg</i> Kundenorientiertes Personalmanagement als Schlüssel zur Kundenbindung..... | 485 |

Fünfter Teil

Implementierung des Kundenbindungsmanagements

Sven Reinecke

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Controlling der Kundenbindung | 525 |
|-------------------------------------|-----|

Christina Kühnl und Jana-Kristin Prigge

| | |
|--|-----|
| Kundenpriorisierung zur Wahrung profitabler Geschäftsbeziehungen | 549 |
|--|-----|

Oliver Götz und Manfred Krafft

| | |
|---|-----|
| Erfolgreiche Implementierung von CRM-Strategien | 579 |
|---|-----|

Ove Jensen

| | |
|--|-----|
| Implementation des Kundenbindungsmanagements bei Key Accounts..... | 617 |
|--|-----|

Sechster Teil

Kontrolle der Kundenbindung

Andreas Fürst und Katharina Thomas

| | |
|--|-----|
| Messung der KPIs der Kundenbindung | 645 |
|--|-----|

Manfred Bruhn und Dominik Georgi

| | |
|--|-----|
| Wirtschaftlichkeit des Kundenbindungsmanagements | 677 |
|--|-----|

Manfred Bruhn, Karsten Hadwich und Dominik Georgi

| | |
|---|-----|
| Kundenwert als Steuerungsgröße des Kundenbindungsmanagements..... | 709 |
|---|-----|

Siebter Teil

Kundenbindungsmanagement in ausgewählten Branchen und Unternehmen

1. Kapitel: Dienstleistungen

Thomas Lüers und Antje Ries

| | |
|---|-----|
| Kundenbindungsmanagement in der Energieversorgung | 733 |
|---|-----|

Hans Jürgen Kulartz, Thorsten Freiburger und Peter Klenk

| | |
|---|-----|
| Kundenloyalitätsmanagement im Firmen- und kundenorientierten Kapitalmarkt- geschäft der LBB/Berliner Sparkasse | 755 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| <i>Ulrich Hauschild, Sascia Hilverkus und Andreas Koch</i> Fallstudie Miles & More: Profitable Kundenbindung in der Airline Industrie..... | 783 |
|---|-----|

2. Kapitel: Handel

| | |
|---|-----|
| <i>Christian Arpagaus und Hans-Albrecht Bartels</i> Kundenbindung im Detailhandel – das Beispiel Migros Schweiz..... | 801 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| <i>Burkhard Graßmann</i> Kundenbindungsmanagement durch branchenübergreifende Bonusprogramme – das Beispiel Payback | 823 |
|---|-----|

3. Kapitel: Verbrauchs- und Gebrauchsgüter

| | |
|---|-----|
| <i>Peter Albiez, Petra Danielsohn-Weil und Michael Scholl</i> Dreistufige Kundensegmentierung: Ein Ansatz zur potenzialorientierten Ge- schäfts-Steuerung im Pharmamarkt..... | 847 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| <i>Michael Löffler</i> Customer Experience Management: Kundenbindung durch Kundenbegeisterung.... | 867 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| <i>Rolf Kunold</i> Kundenloyalität im Automobilsegment | 885 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| <i>Mark Schröder</i> Aktives Kundenbindungsmanagement anhand segmentspezifischer Preisdurchset- zungstaktik aus Sicht eines Zulieferers..... | 903 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| <i>Henning von Boxberg, Jürgen Mamber und Marc Jost-Benz</i> Kundenbindungsmanagement im Elektrowerkzeugmarkt – das Beispiel Bosch Elektrowerkzeuge | 925 |
|---|-----|

4. Kapitel: Industriegüter

| | |
|--|-----|
| <i>Matthias Kottenhahn, Heinz Gehri und Sven Kühlborn</i> Kundenbindungsmanagement in der Spezialchemie am Beispiel der Evonik In- dustries AG | 949 |
|--|-----|

5. Kapitel: Nonprofit-Bereich

| | |
|---|-----|
| <i>Bernd Helmig und Hellen P. Scholz</i> Bindung interner Kunden im Nonprofit-Sektor – Der Fall „Freiwillige“ | 969 |
|---|-----|

| | |
|----------------------------|-----|
| Stichwortverzeichnis | 995 |
|----------------------------|-----|