

Inhaltsübersicht

Teil A

Grundlagen und Methoden	1
1 Customer Relationship Management – ein Bezugsrahmen	3
2 Customer Relationship Analytics – aus Kundenbeziehungen lernen	51
3 Datenquellen für Customer Relationship Analytics	93

Teil B

Voraussetzungen für erfolgreiches CRA	111
4 Datenqualität	113
5 Datenschutz	131
6 Gestaltung des Analyseprozesses	159

Teil C

Analysefälle und Analyseszenarien	173
7 Ein Beschreibungsrahmen für Analysefälle und Analyseszenarien im CRM	175
8 Analysefälle	209
9 Analyseszenarien	349

Teil D**Anhang****377**

A	Abkürzungsverzeichnis	379
B	Glossar	381
C	Literaturverzeichnis	393
	Index	411