

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