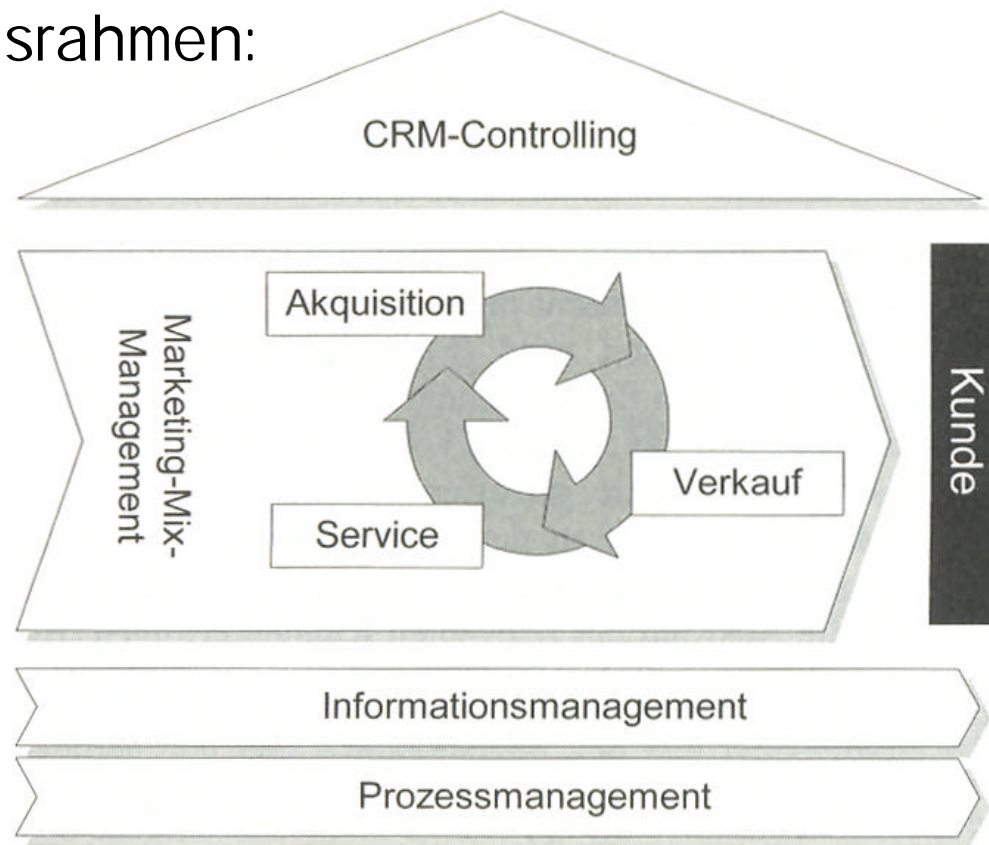


Prozeß CRM: Ordnungsrahmen

CRM-Ordnungsrahmen:



Quelle: Kugeler in: Becker/Kugeler/Rosemann, 2005, S. 456

Vorlesung Prozeßmanagement



Prozeß CRM: Customer Lifetime Value

Auswahl der relevanten Kunden(-gruppen) durch Customer Lifetime Value:

- Deckungsbeitragssumme gekaufter Produkte
- Akquisitionskosten
- Kundenbindungskosten
- Wert übermittelter Informationen
- Cross- und Upselling-Potential
- Wert durch Empfehlung durch Kunden



Prozeß CRM: One-to-One-Marketing

One-to-One-(1:1-)Marketing:

- Betrachtungsgegenstand Einzelkunde
- Abkehr von Massenwerbung
- Individuelle Leistungen
- Probleme



Prozeß CRM: Customer Buying Cycle

Customer Buying Cycle als operativer Prozeß des CRM:

- Akquisition
- Verlauf
- Service



Prozeß CRM: Controlling/Informationsmanagement

CRM-Controlling:

- Ziele
- Berichtssystem
- Steuerungsinstrumente

Prozeß- und Informationsmanagement:

- Gestaltung der Organisationsstruktur
- Technologische Unterstützung



Prozeß CRM: IT-Architektur

IT-Architektur des CRM:

- Analytische CRM-Systeme
- Operative CRM-Systeme
- Kollaborative CRM-Systeme

