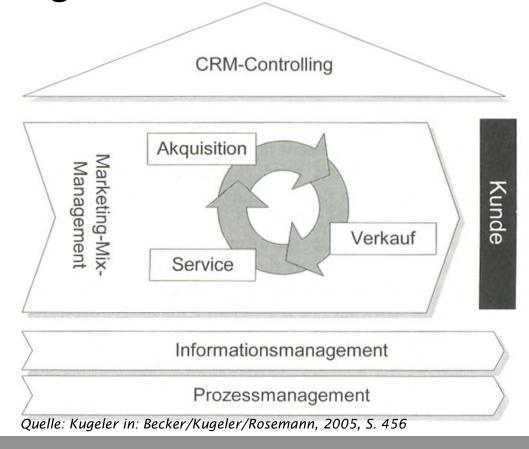
prozeß crm: ordnungsrahmen

CRM-Ordnungsrahmen:







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
 - Verkauf
 - 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



