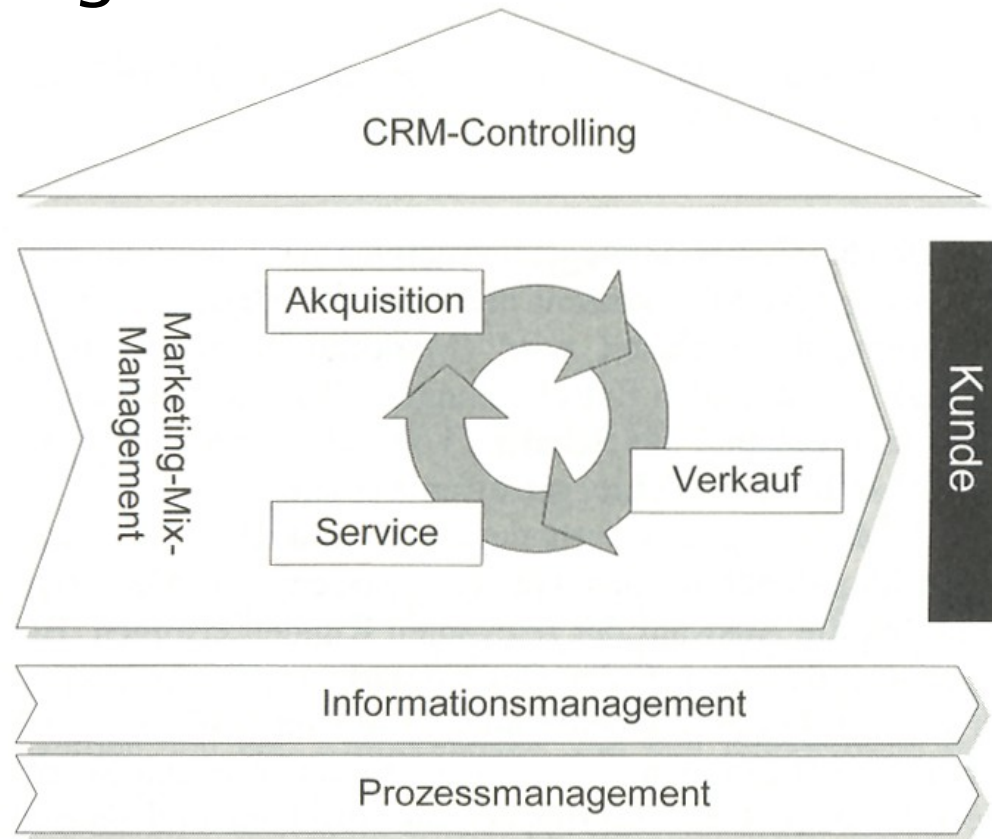


- CRM-Ordnungsrahmen:



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

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



- 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



- IT-Architektur des CRM:
 - Analytische CRM-Systeme
 - Operative CRM-Systeme
 - Kollaborative CRM-Systeme