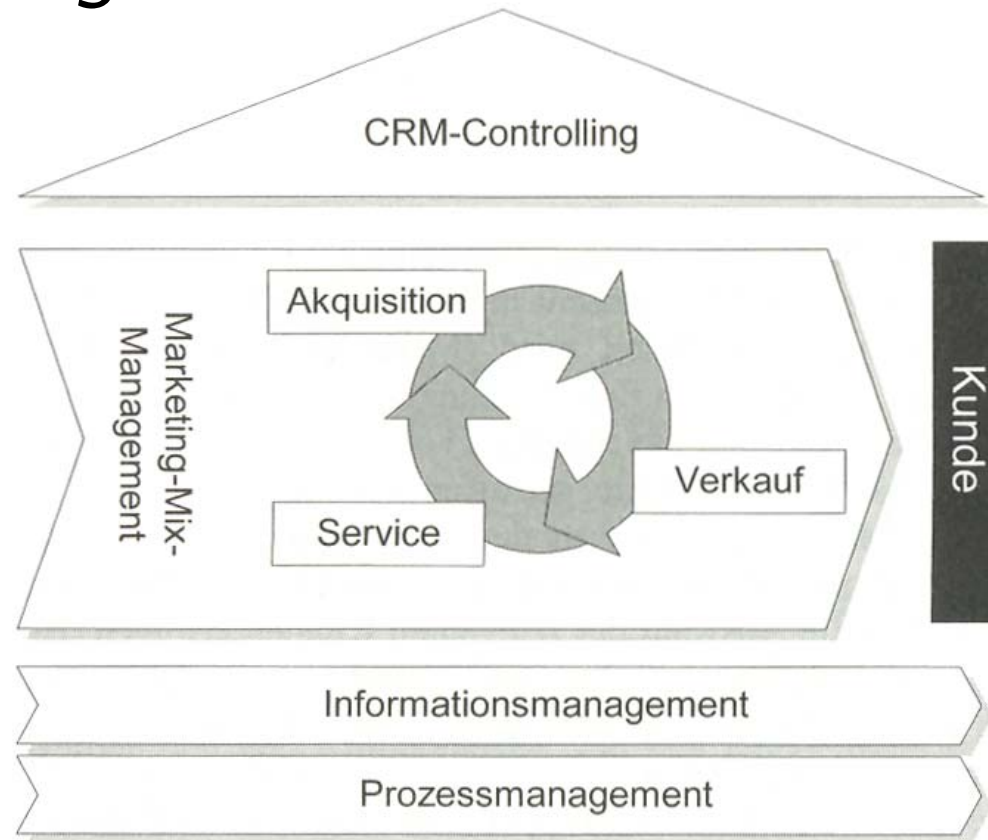


# prozeß crm: ordnungsrahmen

- *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*



# 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*



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

