

Christian Homburg (Hrsg.)

# Kundenzufriedenheit

Konzepte – Methoden – Erfahrungen

9<sup>v</sup> überarbeitete Auflage

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur neunten Auflage	5
Vorwort zur ersten Auflage	7
Abkürzungsverzeichnis	13

## Erster Teil

### Grundlagen zur Kundenzufriedenheit

Theoretische Perspektiven zur Kundenzufriedenheit <i>Christian Homburg / Ruth Stock-Homburg</i>	17
Kundenzufriedenheit als Managementtherausforderung <i>Christian Homburg / Matthias Bucerius</i>	53
Preisbezogene Auswirkungen von Kundenzufriedenheit <i>Nicole Koschate-Fischer</i>	93

## Zweiter Teil

### Instrumente zur Messung der Kundenzufriedenheit

Verfahren zur Messung der Kundenzufriedenheit im Überblick <i>Andreas Fürst</i>	125
Nationale Kundenzufriedenheitsindizes <i>Manfred Bruhn</i>	157
Die indirekte Wichtigkeitsbestimmung im Rahmen von Kundenzufriedenheitsuntersuchungen: Probleme und Lösungsansätze <i>Christian Homburg/ Martin Klarmann</i>	193
Die Vergleichbarkeit der Messung als Herausforderung bei internationalen Kundenzufriedenheitsuntersuchungen <i>Martin Klarmann</i>	231

## **Dritter Teil**

### **Instrumente zum Management der Kundenzufriedenheit**

Controlling der Kundenzufriedenheit <i>Martin Artz</i>	253
Kundenorientierte Mitarbeiter als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit <i>Ruth Stock-Homburg</i>	279
Preisfairness als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit <i>Andreas Herrmann / Frank Huber / Martin Wricke / Emanuel de Bellis</i>	305
Kundenorientierte Vergütungssysteme als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit? <i>Ove Jensen</i>	331
Der Einsatz von Customer Relationship Management zur Steuerung von Kundenzufriedenheit <i>Oliver Götz / Wayne D. Hoyer / Manfred Kräfft / Werner J. Reinartz</i>	349
Kundenintegration im Innovationsprozess als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit <i>Frank T. Piller</i>	377
Customer Experience Management <i>Danijel Jozic / Christina Kühnl</i>	411

## **Vierter Teil**

### **Erfahrungen aus ausgewählten Branchen**

Management von Kundenzufriedenheit: ein Beispiel aus dem Maschinen-/Anlagenbau <i>Rolf Kunold</i>	441
Management von Kundenzufriedenheit in der Mobilfunkbranche <i>Torsten J. Gerpott</i>	459

Management von Kundenzufriedenheit im Pflegemarkt: das Beispiel Kursana <i>Michael Scholl</i>	507
Kundenzufriedenheit durch systematisches Management von Value-Added Services in der SpezialChemie <i>Heinz-Günter Lux /Sven Kühlborn</i>	527
Händlerzufriedenheitsmessung als Instrument zur Optimierung der strategischen Partnerschaft: Ein Beispiel aus der Automobilbranche <i>Rolf Kunold / Markus Krebs</i>	545
Business Modelizer: Durch Geschäftsmodellinnovationen das Manage- ment von Kundenzufriedenheit nachhaltig gestalten <i>Sebastian Hohenberg / Stephan Mühlhäuser / Aline Gehring</i>	567
<b>Sachwortregister</b>	<b>589</b>