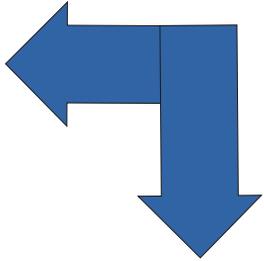
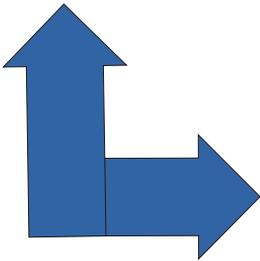


**Kundenbezogene  
Prozesse und Strukturen**  
(Markt-, Verhaltens-, Geschäftsprozesse;  
Primär-, Sekundär-, Tertiärprozesse; interne, externe Kundenorientierung)

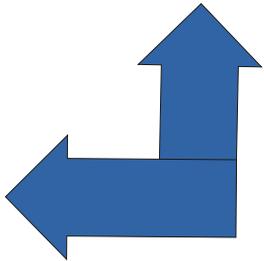


**Database-Marketing**  
(unternehmensweite Erfassung, Strukturierung,  
Weitergabe von Daten: Alt-, Neu-, Ex-, Potential-Kunden)

qualitäts-, zeit- und preisnutzenorientierte  
**individuelle Komplettlösungen**  
(mit Beziehungsmanagement/Kundenbindung und  
Anreizsystemen - auch für Mitarbeiter)



**Kundencontrolling**  
(Effizienzmessung; Kundendatenanalyse nach  
Kundenwert, -loyalität, ...)





Beyer, Horst-Tilo (Hg.): Online-Lehrbuch BWL, <http://www.online-lehrbuch-bwl.de>