

Für die Teilnehmer am
SWISS CRM FORUM
zum Subskriptionspreis!

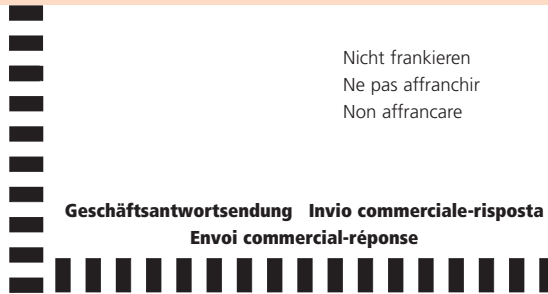
Fr. 59.– statt Fr. 79.–

Erscheint im Dezember 2007

orell füssli Verlag
www.ofv.ch

Bestellen Sie auch über

Telefon 055 418 89 89
Fax 055 418 89 19
E-Mail info@balmer-bd.ch
Internet www.ofv.ch



Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

Geschäftsantwortsendung Invio commerciale-risposta
Envoi commercial-réponse

Orell Füssli Verlag AG

Bestellservice
Balmer Bücherdienst AG
Kobiboden
Postfach
8840 Einsiedeln

Martin Stadelmann
Sven Wolter
Mireille Troesch

**Customer Relationship
Management**

**Neue CRM-Best-Practice-Fallstudien und
-Konzepte zu Organisation, Mitarbeiterführung
und Technologie**

Zürcher
Hochschule
Winterthur



Verlag Industrielle Organisation

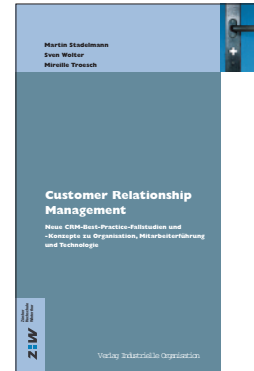
CRM-Strategien der Zukunft – Was kundenorientierte Unternehmen heute bereits planen

Professoren und Dozenten verschiedener Universitäten und Hochschulen sowie Praktiker renommierter Firmen beweisen in diesem Buch, dass sich Theorie und Praxis des CRM verständlich und aktuell aufbereiten lassen. Als unternehmensweites Führungs- und Organisationskonzept stellt CRM sicher, dass Kundenbedürfnisse und Kundenzufriedenheit konsequent als zentrale Leitlinie für sämtliche unternehmerischen Entscheidungen und Handlungen herangezogen werden.

In Teil 1 stellen anerkannte Experten aus Akademie (Bruhn/Uni Basel; Stauss/Uni Eichstätt-Ingolstadt; Reinecke/Schögel/Uni St.Gallen u.a.m.) und renommierte CRM-Fachleute aus der Praxis aktuelle Strategien und Instrumente vor.

In Teil 2 zeigen international führende Unternehmen wie Credit Suisse, TDC Sunrise, Heineken, Xerox, PwC, PostFinance und Swisscom auf, wie sie mit modernen CRM-Ansätzen ihre Leistungsfähigkeit in der Neukundengewinnung, der Kundenentwicklung und der Kundenbindung massiv gesteigert haben.

In Teil 3 werden aktuelle Forschungsergebnisse aus den Bereichen Loyalitätsprogramme, Beschwerdemanagement sowie Kundenorientierung im öffentlichen Sektor präsentiert.



Martin Stadelmann, Dr. oec., Geschäftsführer der eC4 IT Solutions (Schweiz) AG, wo sein Beratungsschwerpunkt auf den Themen CRM-Strategie, -Konzeption und -Umsetzung liegt. Er ist Mitbegründer und Hauptdozent des Master-Programmes «Customer Relationship Management (MAS CRM)» an der Zürcher Hochschule Winterthur.

Sven Wolter, Dr. oec., Leiter des Competence Centers «CRM» bei der Detecon (Schweiz) AG und schwerpunktmässig in den Themen Kundenwertsteuerung, CRM-Strategie und -Konzeption sowie CRM-Prozesse beratend tätig. Er ist nebenamtlich Dozent im Master-Programm «Customer Relationship Management (MAS CRM)» an der Zürcher Hochschule Winterthur.

Mireille Troesch, lic. oec., Dozentin und Leiterin des Zentrums für Marketing Management an der School of Management / Zürcher Hochschule Winterthur. Sie verantwortet das Master-Programm «Customer Relationship Management (MAS CRM)» und ist in den Fachbeiräten mehrerer nationaler CRM- und Marketinggremien vertreten.

Bestellung

Bestellen Sie jetzt zum Subskriptionspreis! Fr. 59.– statt 79.–

Ich/wir bestelle(n) aus dem Orell Füssli Verlag gegen Rechnung (inkl. Mehrwertsteuer, zuzüglich Versandkosten)

_____ Ex. Martin Stadelmann / Sven Wolter / Mireille Troesch
Customer Relationship Management
Neue CRM-Konzepte und Best Practice Fallstudien zu Organisation, Mitarbeiterführung und Technologie
ca. 350 Seiten, gebunden
Subskriptionspreis Fr. 59.–
Ab 1.12. 2007 Fr. 79.– / € (D) 52.80
ISBN 978-3-85743-728-1
Erscheint im Dezember 2007

Name, Vorname _____

Strasse, Nummer _____

Postleitzahl, Ort _____

Datum, Unterschrift _____