Axel Hoops

Entwicklung und Bedeutung des Customer Relationship Managements im stationären Einzelhandel

Studienarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2015 GRIN Verlag
ISBN: 9783668533288

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/376225

Axel Hoops

Entwicklung und Bedeutung des Customer Relationship Managements im stationären Einzelhandel

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis…… VI
Tabellenverzeichnis…….. VII
Abkürzungsverzeichnis……VIII
1 Einleitung ……..1
2 Begriffserklärung von Kundenbindung …….. 4
2.1 Entstehung und Entwicklung von Kundenbeziehungen……4
2.2 Bedeutung der Kundenbindung…… 10
2.3 Erfolgsfaktoren für Kundenbindung…… 12
3 Realisierungsmöglichkeiten im stationären Einzelhandel……15
3.1 CRM und dessen Bestandteile…….. 15
3.1.1 Das operative CRM…….. 18
3.1.2 Das kommunikative CRM ..…… 19
3.1.3 Das analytische CRM ……20
3.2 Entwicklung und Implementierung einer CRM-Strategie……..20
3.3 Bewertung von CRM-Maßnahmen ……..…….. 24
4 Strategien und Erweiterungen des CRM …… 26
4.1 Strategien des CRM im Handel …….. 26
4.2 Effizienz- und Effektivitätssteigerung…….. 29
4.3 Prognose und Herausforderung…….. 32
5 Fazit ……..33
Literaturverzeichnis……..35
Internetquellen……39
Anhang …….. 40