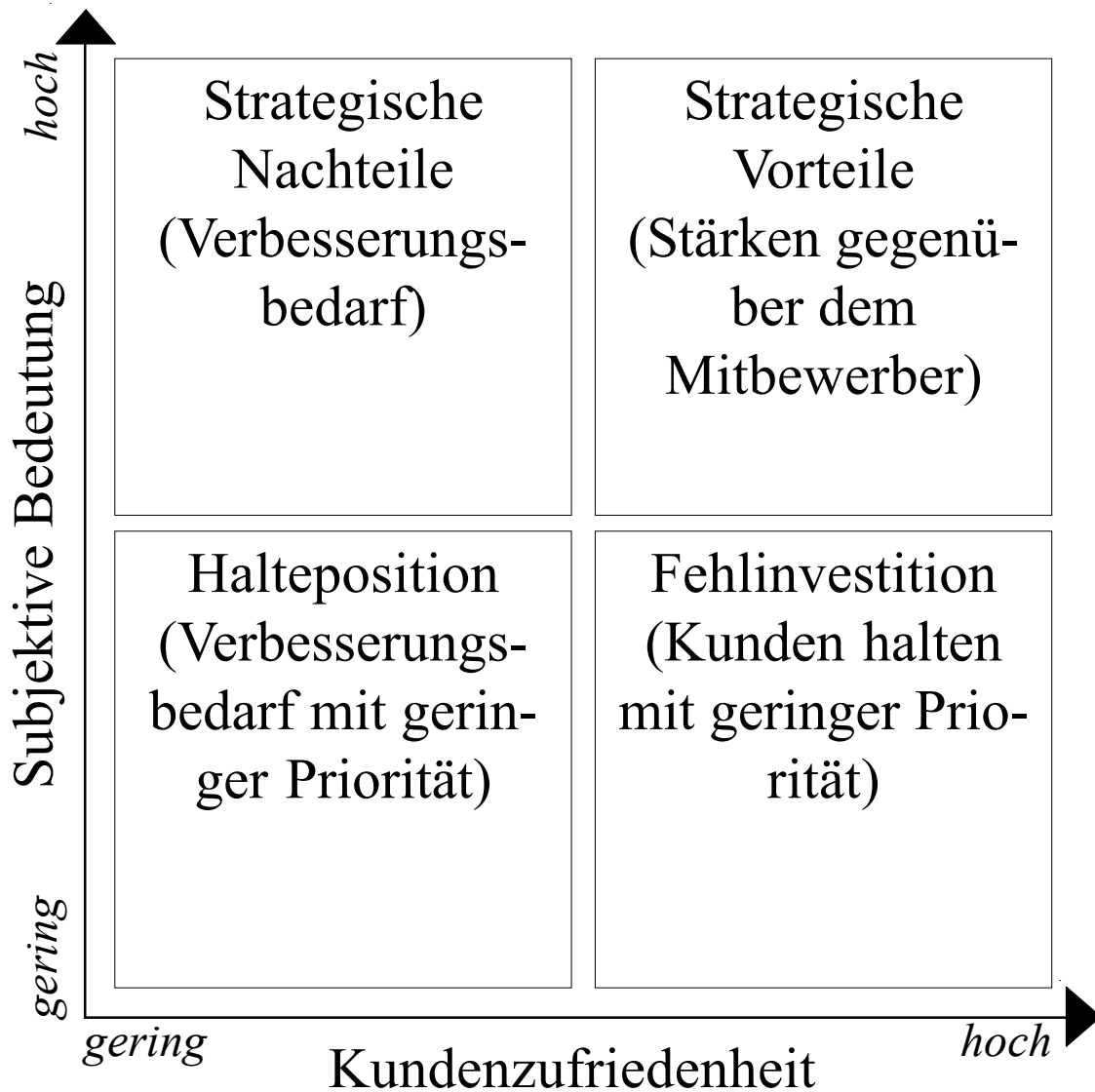
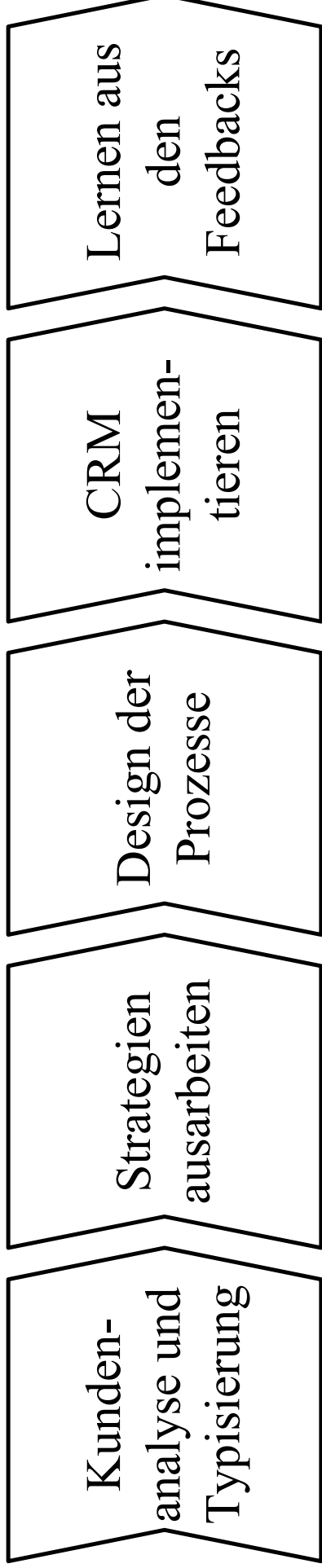


Das Kundenzufriedenheits-Portfolio

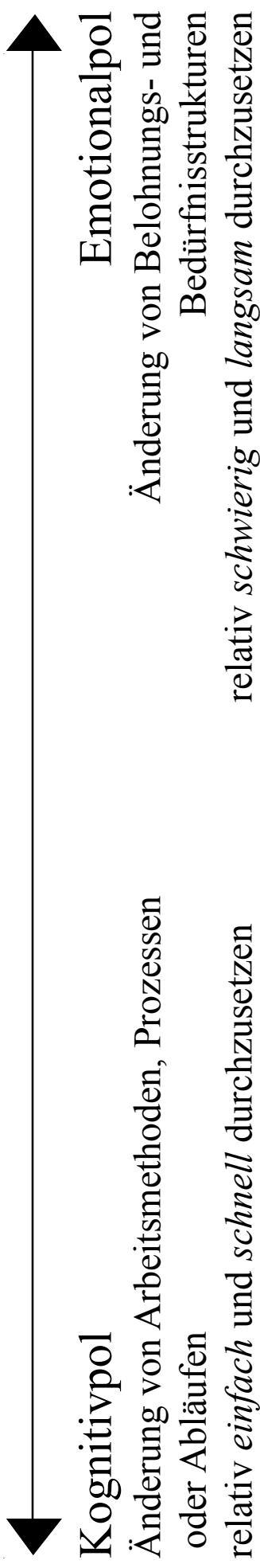


Das Fünfphasen-Modell des Customer Relationship Management

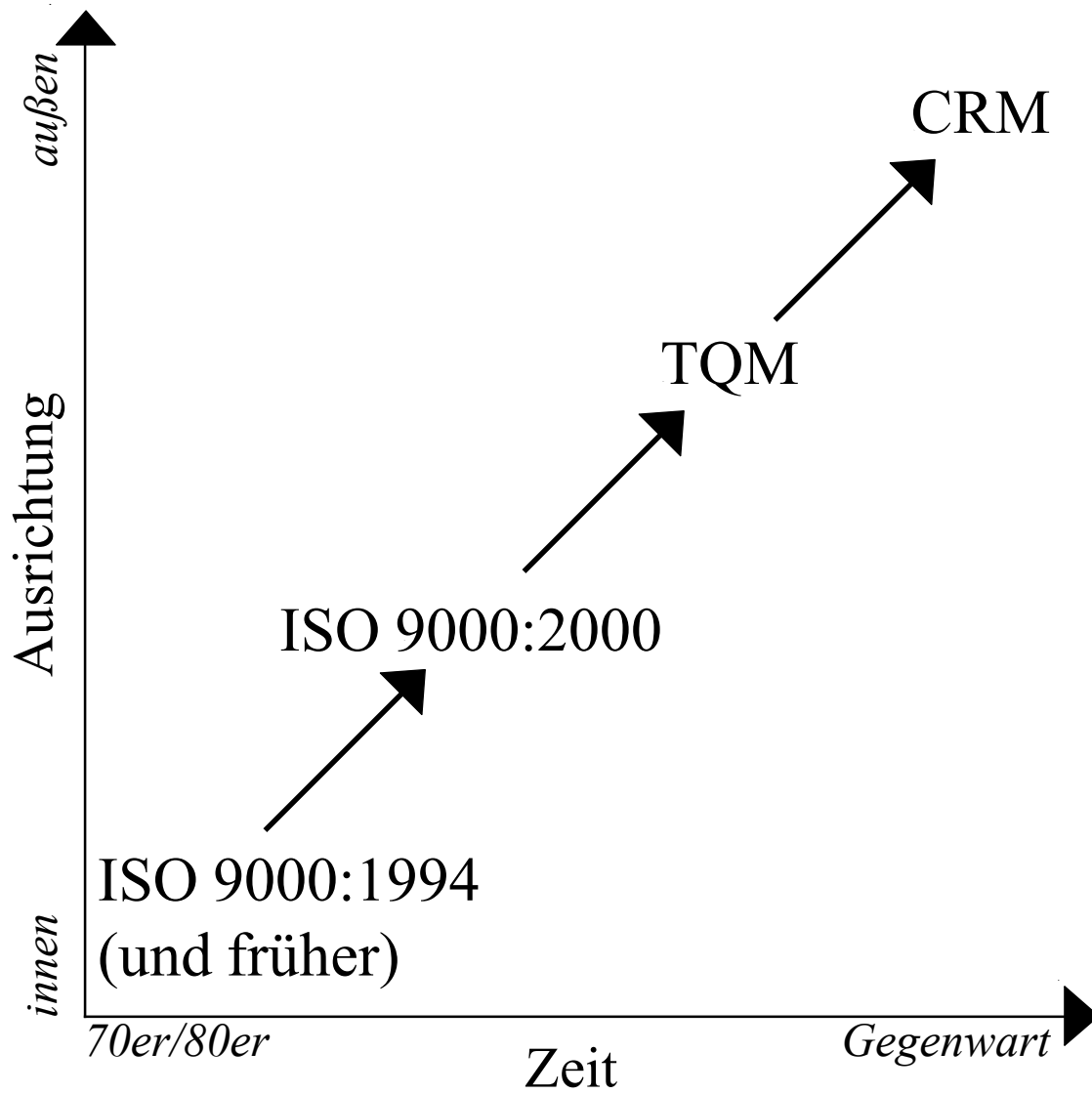


Kleine Systematisierung organisatorischer Wandlungsprozesse

oder was am Qualitätsmanagement und am CRM so schwer fällt

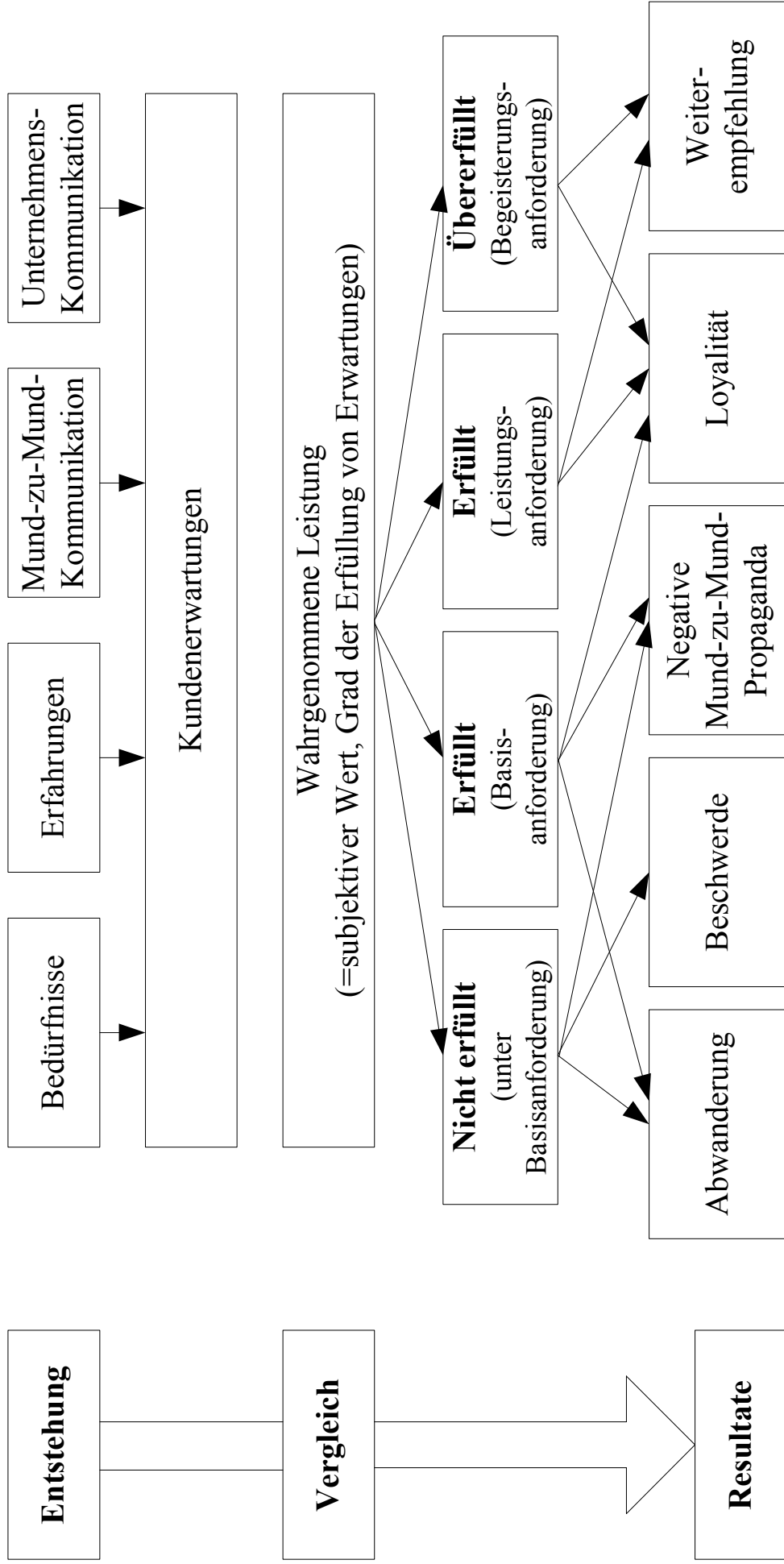


Auf dem Weg von TQM zu CRM

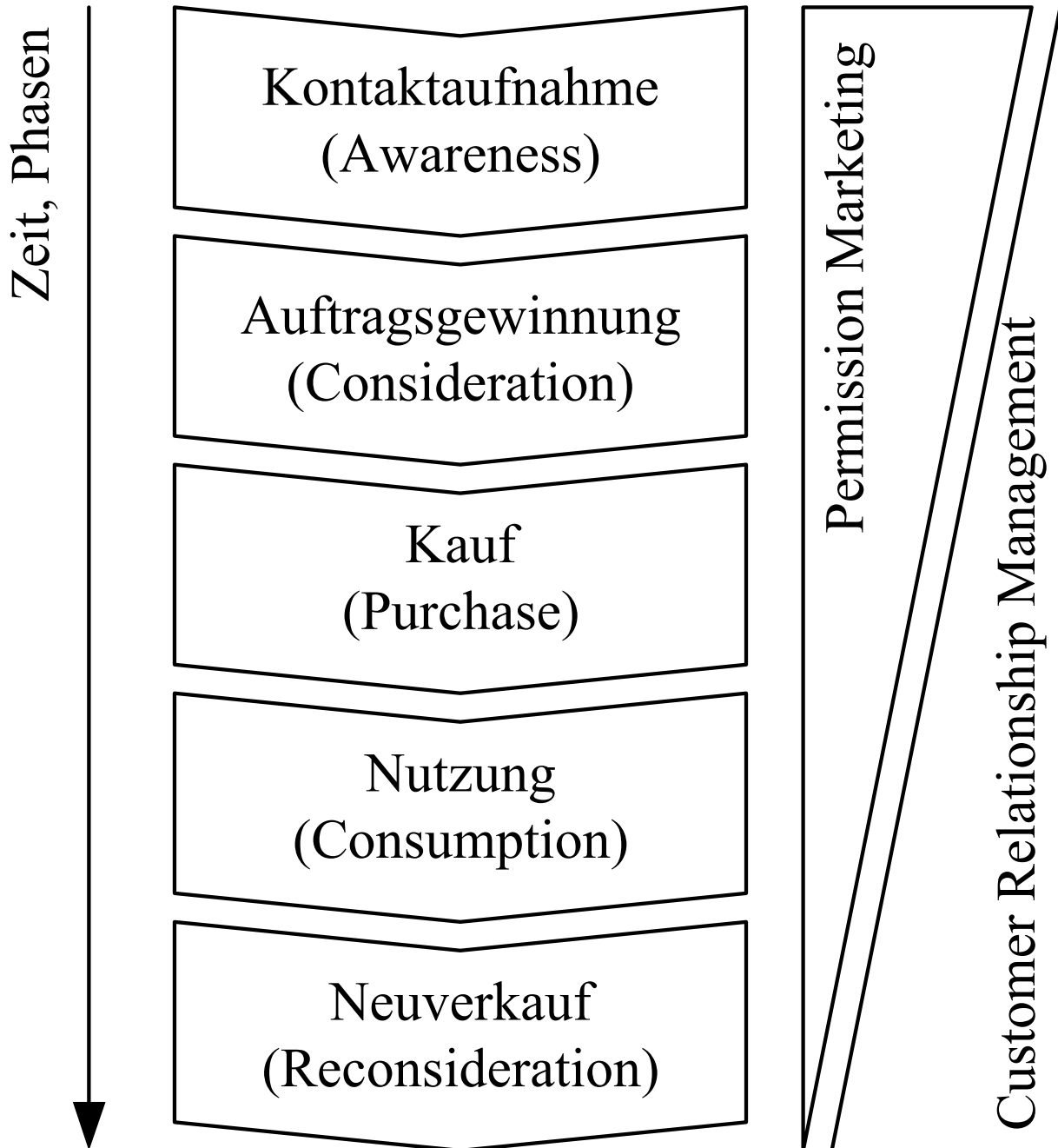


Ein einfaches Kundenreaktionsmodell

wie reagiert der Kunde?



„Permission Marketing“ und CRM die Fortsetzung des AIDA-Modells?



Integratives Marketing

Der Kunde steht im Mittelpunkt



Ein einfaches Customer Relationship Model

