HMD 259
Übersicht zentraler Beiträge zur Entwicklung des Referenzmodells für das Kundenbeziehungsmanagement im Bankenumfeld

Dr. Clément Mengue

[Bach & Österle 2000] Bach, V.; Österle, H. (Hrsg.): Customer Relationship Management in der Praxis - Erfolgreiche Wege zu kundenzentrierten Lösungen. Springer, Berlin et al., 2000.

[Bernet & Held 1998] Bernet, B.; Held, P.P.: Relationship Banking - Kundenbeziehungen profitabler gestalten. Gabler, Wiesbaden, 1998.

[Dittrich 2002] Dittrich, S.: Kundenbindung als Kernaufgabe im Marketing - Kundenpotenziale langfristig ausschöpfen. 2. Aufl., Thexis, St. Gallen, 2002.

[IBM 2002] IBM (Hrsg.): Information Framework (IFW) - General Information Manual. IBM Ireland Limited, Dublin. http://www.ibm.com, 2002.

[Kerner 2002] Kerner, S.: Analytisches Customer Relationship Management in Kreditinstituten - Data Warehouse und Data Mining als Instrumente zur Kundenbindung im Privatkundengeschäft. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, 2002.

[Kittlaus & Goebel 1999] Kittlaus, H.-B.; Goebel, R. (Hrsg.): Business Process Reengineering und Produktivitätssteigerungsprogramm. Deutscher Sparkassen Verlag, Stuttgart, 1999.

[Knöbel 1997] Knöbel, U.: Kundenwertmanagement im Retail Banking - Kundenprofitabilitätsanalyse und Customer-Life-Cycle Costing am Beispiel einer Universalbank. Dissertation Universität St. Gallen, 1997.

[Krafft 2002] Krafft, M.: Kundenbindung und Kundenwert. Physica, Heidelberg, 2002.

[Leist & Winter 2002] Leist, S.; Winter, R.: Retail Banking im Informationszeitalter - Integrierte Gestaltung der Geschäfts-, Prozess- und Applikationsebene. Springer, Berlin et al., 2002.

[Mengue 2006] Mengue, C.: Effiziente Gestaltung bankspezifischer CRM-Prozesse - Ein praxisorientiertes Referenz-Organisationsmodell. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, 2006.

[Messner 2004] Messner, W.: Entwicklung einer Strategie, Prozess- und Systemarchitektur für das Customer Relationship Management im Retail Banking. Dissertation Universität Kassel, 2004.

[Muther 2001] Muther, A.: Electronic Customer Care - Die Anbieter-Kunden-Beziehung im Informationszeitalter. 3. Aufl., Springer, Berlin et al., 2001.

[Polan 1995] Polan, R.: Ein Messkonzept für die Bankloyalität: Investitionen in Bank-/Kunde-Beziehungen unter Risikoaspekten. Gabler, Wiesbaden, 1995.

[Rapp 2000] Rapp, R.: Customer Relationship Management: Das neue Konzept zur Revolutionierung der Kundenbeziehungen. Campus, Frankfurt a.M. et al., 2000.

[Richter-Mundani 1999] Richter-Mundani, S.: Kundenbindungssysteme für Kreditinstitute - Der Zusammenhang von Kundenorientierung, Dienstleistungsqualität und Beschwerdemanagement. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, 1999.

[Schmalzl 1995] Schmalzl, J.: Architekturmodelle zur Planung der Informationsverarbeitung von Kreditinstituten. Physica, Heidelberg, 1995.

[Schmid 2001] Schmid, R.: Eine Architektur für Customer Relationship Management und Prozessportale bei Banken. Dissertation Universität St. Gallen, 2001.

[Schulze 2000] Schulze, J.: Prozessorientierte Einführungsmethode für das Customer Relationship Management. Dissertation Universität St. Gallen, 2000.

[Schumacher & Meyer 2004] Schumacher, J.; Meyer, M.: Customer Relationship Management strukturiert dargestellt - Prozesse, Systeme, Technologien. Springer, Berlin et al., 2004.

[Schwetz 2001] Schwetz, W.: Customer Relationship Management - Mit dem richtigen CRM-System Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten. 2. Aufl., Gabler, Wiesbaden, 2001.

[Walter 2003] Walter, G.: Kundenmanagement im Privatkundengeschäft von Banken - Wertorientierte Kundenpflege nach Push-Prinzipien im Multikanal-Vertrieb. Universitätsverlag, Regensburg, 2003.