

## Inhaltsübersicht

<b>Teil I: Theoretische Grundlagen des Customer Knowledge Management.....</b>	<b>1</b>
1 Grundlagen des Customer Knowledge Management .....	3
2 Von den Grundlagen zu einer Architektur für Customer Knowledge Management .....	23
<b>Teil II: Customer Knowledge Management in der Praxis.....</b>	<b>57</b>
3 Strategieentwicklung für das Multi-Channel-Management der St. Galler Kantonalbank .....	59
4 Wissensorientierung im CRM bei der Helsana Versicherungen AG .....	77
5 Credit Suisse KFK – CRM als Koordinationsinstrument im operativen IT-Management .....	91
6 Kreditvergabe bei der ALD AutoLeasing D GmbH.....	109
7 Integriertes CRM in der Dentalindustrie bei Heraeus Kulzer GmbH & Co. KG .....	127
8 Content Management zur Beratungs- und Vertriebsunterstützung bei der Deutschen Post.....	143
9 Projektportal bei der Winterthur Versicherungen .....	163
10 Knowledge Engineering & Management bei der Deutschen Telekom .....	181
11 Potenzialbewirtschaftungssystem bei der Helsana – Skill Management als kundenorientiertes Human Resource Instrument .....	207
12 Content Management Systeme im Servicemanagement bei der Union Investment .....	229

<b>Teil III: Handlungsempfehlungen und Trends im Customer Knowledge Management .....</b>	<b>253</b>
13 Grundelemente erfolgreichen Customer Knowledge Management .....	255
14 Trends im Customer Knowledge Management.....	265
Literaturverzeichnis.....	281
Autorenverzeichnis.....	293



<http://www.springer.com/978-3-540-00541-4>

Customer Knowledge Management  
Kundenwissen erfolgreich einsetzen  
Kolbe, L.M.; Österle, H.; Brenner, W. (Hrsg.)  
2003, XVII, 294 S., Hardcover  
ISBN: 978-3-540-00541-4