

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
------------------------	----------

Karl-Erivan W. Haub

Vorwort.....	IX
---------------------	-----------

Heiner Spalink

Servicewüste oder Kundenzufriedenheit

Kundenorientierung in Deutschland – besser als ihr Ruf!.....	3
---	----------

Thomas Roeb

Welchen Service wünschen Kunden wirklich?.....	19
---	-----------

Stephan Grünewald

Kundenorientierung – der moderne Fünfkampf	37
---	-----------

Heiner Spalink

Aktuelle Spitzenleistungen

Haltung als Erfolgsfaktor	55
--	-----------

Götz W. Werner

Die Future Store Initiative der METRO Group	65
--	-----------

Zygmunt A. Mierdorf

Vision und Leitbilder prägen die OBI-Unternehmenskultur	79
--	-----------

Harald Lux

Lands' End – am Anfang steht der Kunde!	101
--	------------

Stephen Bechwar

Strategie und ihre Umsetzung als Schlüssel zum Erfolg 115

Ulrich Hemel

**Verstehe Deine Kunden – Praxisbeispiel aus der
Spirituosenbranche 131**

Chris Zanetti

**Verbraucherorientierung und Category Management bei
Obst und Gemüse 153**

Bart Jan Constandse und Margreet van Harn

Konzepte für die Zukunft

Kundenmanagement in Massenmärkten 177

Alexander Rittweger

Category Management und Kundenorientierung.....191

Heribert Gathof und Ivo Reuter

**Mystery Research: Wegweiser für das
kundenorientierte Unternehmen 203**

Nicole Pergandé und Maik Stücken

CPFR – Vertikale Kooperation zum Wohl des Verbrauchers 225

Christian Schick und Peter Hambuch

Informationstechnologie und Kundenorientierung 237

Bernd Hellgardt

Qualität und Sicherheit für Lebensmittel 251

Hermann-Josef Nienhoff

Autorenverzeichnis.....267

Kundenparadies Deutschland
Aktuelle Spitzenleistungen und Konzepte für die
Zukunft

Spalink, H. (Hrsg.)

2004, XII, 275 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-00930-6