

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einführung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Relevanz des Themas .....	1
1.2 Themeneingrenzung und Forschungslücke .....	3
1.3 Vorgehensweise und Forschungsphilosophie .....	6
1.4 Hinweise zu verwendeten Begrifflichkeiten .....	7
<b>2 Managementansätze in der Literatur.....</b>	<b>9</b>
2.1 Historische Entwicklung und Zusammenhänge .....	9
2.2 Beurteilung der Kundenorientierung.....	16
2.2.1 Six Sigma .....	17
2.2.2 Business Process Reengineering .....	21
2.2.3 Lean Management.....	23
2.3 Störfaktoren bei der Steigerung der Kundenzufriedenheit.....	26
2.3.1 Kundenbezogene Störfaktoren .....	26
2.3.2 Sonstige Störfaktoren .....	32
<b>3 Empirische Studie: Prozessoptimierung in der Versicherungspraxis.....</b>	<b>38</b>
3.1 Forschungsdesign .....	38
3.1.1 Zielsetzung.....	38
3.1.2 Datenerhebung.....	39
3.1.3 Datenauswertung.....	45
3.2 Ergebnisse der Untersuchung.....	45
3.2.1 Kundenorientierte Prozessoptimierung erfordert die Kenntnis des Kunden und die Erfüllung bestimmter Voraussetzungen .....	46
3.2.2 Lean Management erzielt Prozesseffizienz und die Steigerung der Kundenzufriedenheit .....	48
3.2.3 Die Kundenorientierung von Lean Management ist umstritten.....	49
3.2.4 Die inkorrekte Umsetzung von Managementansätzen kann ein Grund für eine geringe Kundenzufriedenheitswirkung sein .....	50
3.3 Theorie und Praxis im Vergleich.....	53

<b>4 Schlussbetrachtung .....</b>	<b>59</b>
4.1 Handlungsempfehlung.....	59
4.2 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse .....	66
<b>Anhang.....</b>	<b>69</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>95</b>

Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit

Managementansätze zur Prozessoptimierung

Buchberger, P.

2016, IX, 101 S. 12 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-12226-3