

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
<i>Ulrich Hemel</i>	
Verstehe Deine Kunden – Praxisbeispiel aus der Spirituosenbranche	131
<i>Chris Zanetti</i>	
Verbraucherorientierung und Category Management bei Obst und Gemüse	153
<i>Bart Jan Constandse und Margreet van Harn</i>	
Konzepte für die Zukunft	
Kundenmanagement in Massenmärkten	177
<i>Alexander Rittweger</i>	
Category Management und Kundenorientierung.....	191
<i>Heribert Gathof und Ivo Reuter</i>	
Mystery Research: Wegweiser für das kundenorientierte Unternehmen	203
<i>Nicole Pergandé und Maik Stücken</i>	
CPFR – Vertikale Kooperation zum Wohl des Verbrauchers	225
<i>Christian Schick und Peter Hambuch</i>	
Informationstechnologie und Kundenorientierung	237
<i>Bernd Hellgardt</i>	
Qualität und Sicherheit für Lebensmittel	251
<i>Hermann-Josef Nienhoff</i>	
Autorenverzeichnis.....	267