

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	IX
Erster Teil	
Theoretische Erkenntnisse	1
Kundenorientierte Unternehmensführung als Managementherausforderung	3
<i>Goetz Greve</i>	
Zweiter Teil	
Methodische Erkenntnisse	33
Konzeption und Nutzung des Net Promoter® Score	35
<i>Jan Van Riet / Markus Kirsch</i>	
Customer-Relationship-Management-Integration des Net Promoter® Score	85
<i>Uwe May / Robert Asal / Marcus Hilmer</i>	
Kundenorientierte Unternehmensführung – Funktionen und Aufgaben einer externen Beratung	103
<i>Siegfried Greif / Elke Benning-Rohnke</i>	
Dritter Teil	
Psychologische Erkenntnisse	115
Kundenorientierung – Warum sie oft scheitert und wie sie besser machbar ist	117
<i>Elke Benning-Rohnke / Siegfried Greif</i>	

Vierter Teil

Praktische Erkenntnisse	157
--------------------------------------	-----

Lonza Group Ltd., Basel	159
-------------------------------	-----

Stefan Borgas / Elke Benning-Rohnke

Spreadshirt AG, Leipzig	173
-------------------------------	-----

Tobias Ebert

Institut Straumann AG, Basel	183
------------------------------------	-----

Franz Maier / Petra Borisch

Fünfter Teil

Empirische Erkenntnisse	195
--------------------------------------	-----

Die Anwendung des Net Promoter® Score in der Praxis: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung	197
---	-----

Goetz Greve

Autorenverzeichnis	219
--------------------------	-----