

Inhalt

Vorwort	6
Die Autoren	9
1 Unternehmenswert aus Kundenwert	11
2 Kundenwert aus Kundenprozess	37
3 Mehr Kunden und mehr für den Kunden	61
4 Innovation und Individualisierung statt Commoditisierung	87
5 Stille Auftragsabwicklung	111
6 Strategiekonforme Führung	139
7 Value Chain Redesign	167
8 Flexibilisierung der Informationsarchitektur	211
9 Geschwindigkeit der Transformation	249
10 Wert aus der Informatik	277
Abkürzungen	305
Literatur	311
Index	323
Endnoten	329