**Kunden im CRM**

Graphical user interface, application

Description automatically generated**Customers in CRM**

|  |  |
| --- | --- |
| sonstige vertikale Beziehungen | Other vertical relationships |
| potenzielle Kunden | Potential customers |
| Kundenbindungsmanagement | Customer loyalty management |
| aktuelle Kunden | Current customers |
| Verlorene Kunden | Lost customers |
| Customer Relationship Marketing | Customer relationship marketing |
| Relationship Marketing | Relationship marketing |

**Burnout versus Growth Brands**

**Burnout versus growth brands**

Graphical user interface, application

Description automatically generated with medium confidence

X

**Title**

X

**Title**

X

|  |  |
| --- | --- |
| Loyalitätsentwicklung | Loyalty development |
| Marktanteile | Market share |
| Basis: Umsatz | Basis: revenue |
| Retreat brands | Retreat brands |
| Stable Brands | Stable brands |
| Growth Brands | Growth brands |
| Burnout Brands | Burnout brands |

**Entwicklungsphasen des Marketings**

**Marketing development phase**Table

Description automatically generated**s**

|  |  |
| --- | --- |
| Produktion | Production |
| Vertrieb | Sales |
| Markt | Market |
| Wettbewerb | Competition |
| Umfeld | Environment |
| Beziehungen | Relationships |
| Netzwerk | Network |
| Herausforderungen | Challenges |
| Merkmale | Features |
| Zeitphase | Time period |
| Orientierung | Orientation |
| hohe Nachfrage in der Nachkriegszeit | High demand in the post-war period |
| von der Produktion zum Vertrieb | From production to sales |
| Marktsegmentierung nach Bedürfnissen | Market segmentation by needs |
| Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen | Development of unique selling propositions |
| Kosten, Qualität und Zeitwettbewerb | Competition in cost, quality, and time |
| interaktive Ausrichtung der Kommunikation | Interactive approach to communication |
| Web 2.0, soziale Netzwerke, Word-of-Mouth | Web 2.0, social networks, word-of-mouth |
| Wie stelle ich Produkte her? | How do I manufacture products? |
| Wie werden meine Produkte verkauft? | How are my products sold? |
| Welche Teilmärkte soll ich Ansprechen? | Which submarkets should I target? |
| Wie differenziere ich mich von meinem Mitbewerber? | How can I differentiate myself from my competitors? |
| Wie lassen sich Ressourcen optimieren? | How can resources be optimized? |
| Wie baue ich langfristige Kundenbeziehungen auf? | How do I build long-term customer relationships? |
| Wie lassen sich soziale Netzwerke zur Vermarktung nutzen? | How can social networks be used for marketing purposes? |

**Entwicklung des Kundenbindungsmanagements**

**Development of customer loyalty management**

A picture containing funnel chart

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Professionalität des Kundenbindungsmanagement | Professionalism in customer loyalty management |
| Mitte 1980er-Jahre | Mid-1980s |
| Mitte 19990er-Jahre | Mid-1990s |
| Anfang 2000 | Early 2000s |
| Zeit | Time |
| Fokus: Kundenzufriedenheitsmanagement | Focus: customer satisfaction management |
| Fokus: Kundenbindungsmanagement | Focus: customer loyalty management |
| Fokus: Customer Relationship Managment (CRM) | Focus: customer relationship management (CRM) |

**Das CRM-fünf-Phasen-Modell**

**The five-phase CRM model**

Chart, funnel chart

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Phasen | Phases |
| 1. Kundenanalyse und -typisierung | 1. Customer analysis and classification |
| 2. differenzierte Relationship-Strategien | 2. Differentiated relationship strategies |
| 3. Design der Relationship-Prozesse und Tools | 3. Design of relationship processes and tools |
| 4. Implementierung von systematischem Kundenmanagement | 4. Implementation of systematic customer management |
| 5. Lernen aus Kundenbeziehungen | 5. Learning from customer relationships |
| Inhaltliche Teilschritte | Content-related sub-steps |
| Kundensegmentierung | Customer segmentation |
| Fokussierung | Focusing |
| Kundenkontakt | Customer contact |
| zeitliche, inhaltliche Planung | Time and content planning |
| Erfolgscontrolling | Success monitoring |

Diagram

Description automatically generated**Mehrstufiges Kommunikationsmodell im Relationship Marketing**

**The multi-stage communication model in relationship marketing**

|  |  |
| --- | --- |
| Kommunikationspartner | Communication partner |
| Inside-in | Inside-in |
| Anbieter | Supplier |
| direkte und indirekte Rückkopplungen | Direct and indirect feedback |
| nutzergesteuerte Kommunikationsmedien | User-controlled communication media |
| nutzergenerierte Inhalte (Outside-in) | User-generated content (outside-in) |
| Pool von Informations-und Interaktionsangeboten | Pool of information and interaction offers |
| unternehmensgenerierte Inhalte (Inside-out) | Company-generated content (inside-out) |
| unternehmensgesteuerte Kommunikationsmedien | Company-controlled communication media |
| direkte und indirekte Rückkopplungen | Direct and indirect feedback |
| Inside-out | Inside-out |
| Nachfrager | Customer |

**Perspektiven der Kommunikation im Beziehungsmarketing**

**Communication perspectives in relationship marketing**

Table

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Empfänger | Recipient |
| In | In |
| Out | Out |
| Sender | Sender |
| Inside unternehmensgeneriert | Inside Company-generated |
| Inside-in-Perspektive | Inside-in perspective |
| von Unternehmen zu Unternehmen (interne Kommunikation) | From the company to the company (internal communication) |
| Inside-out-Perpektive | Inside-out perspective |
| von Unternehmen zu Kunde (Push-Kommunikation) | From the company to the customer (push communication) |
| Outside nutzergeneriert | Outside User-generated |
| Outside-in-Perspektive | Outside-in perspective |
| von Kunde zu Unternehmen (Pull-Kommunikation) | From the customer to the company (pull communication) |
| Outside-out-Perspektive | Outside-out perspective |
| von Kunden zu Kunde (User Generated Contents) | From the customer to the customer (user-generated content) |

**Exemplarischer Kundenlebensphasenzyklus**

**Exemplary customer life cycle**

Diagram, timeline

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Orientierungsphase | Orientation phase |
| Rushhour des Lebens | Rush hour of life |
| zweite Lebenshälfte | Second half of life |
| Silver Generation | Silver generation |
| junge Familien | Young families |
| ältere Familien | Older families |
| Empty-Nest-Familien | Empty-nest families |
| Rentnerfamilien | Retiree families |
| Studierende, Auszubildende (eigener Haushalt) | Students, trainees (in own household) |
| Aufsteiger, Singles, DINKs | Career builders, singles, DINKs |
| berufstätige Alleinstehende | Working singles |
| alleinstehende Ältere | Single elderly people |
| Arbeitslose, Working Poor | Unemployed, working poor |
| Ausbildung | Education |
| Berufsleben | Career |
| Ruhestand | Retirement |

**Phasen der Kundenbeziehung**

**Customer relationship phases**

Chart

Description automatically generated with low confidence

|  |  |
| --- | --- |
| Kundenattraktivität/Periode | Customer attractivity/period |
| Anbahnungsphase | Initiation phase |
| Sozialisationsphase | Socialization phase |
| Gefährdungsphase | Danger phase |
| Wachstumsphase | Growth phase |
| Reifephase | Mature phase |
| Kündigungsphase | Termination phase |
| Abstinenzphase | Abstinence phase |
| Revitalisierungsphase | Revitalization phase |
| Zeit | Time |
| Akquisitionsmanagement | Acquisition management |
| Churn Prevention | Churn prevention |
| Kundenanbindungsmanagement | Customer connection management |
| Rückgewinnungsmanagement | Recovery management |

**Die Aufgaben des CRM in den Phasen des Kundenbeziehungszyklus**

**The functions of CRM through the phases of the customer relationship cycle** Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Zeitpfad | Time-line |
| Phasen | Phases |
| Anbahnung | Initiation |
| Sozialisation | Socialization |
| Wachstum und Reife | Growth and maturity |
| Gefährdung | Danger |
| Kündigung | Termination |
| Revitalisierung | Revitalization |
| Ziele | Goals |
| Anbahnung von neuen Geschäftsbeziehungen | Initiation of new business relationships |
| Festigung von neuen Geschäftsbeziehungen | Consolidation of new business relationships |
| Stärkung von stabilen Geschäftsbeziehungen | Reinforcement of stable business relationships |
| Stabilisierung gefährdeter Beziehungen von sich beschwerenden Kunden | Stabilization of vulnerable relationships with customers who submit complaints |
| Verhinderung von Kündigungen | Prevention of customer attrition |
| Rückname von Kündigungen | Reversal of customer attrition |
| Wiederanbahnung der Geschäftsbeziehung | Re-initiation of the business relationship |
| Aufgaben | Tasks |
| Interessentenmanagement | Management of potential customers |
| Neukundenmanagement | New-customer management |
| Zufriedenheitsmanagement (KBM i. e. S.) | Satisfaction management (CRM in the general sense) |
| Feedback-Management | Feedback management |
| Kündigungspräventionsmanagement | management for the prevention of customer attrition |
| Kündigungsmanagement | Management of customer-attrition |
| Revitalisierungsmanagement | Revitalization management |
| Interessentenmanagement | Management of potential customers |
| Kundenbindungsmanagement | Customer-loyalty management |
| Rückgewinnungsmanagement | Management of customer recovery |

Diagram

Description automatically generated**Konzept der Kundenbindung**

**Customer loyalty Concept**

|  |  |
| --- | --- |
| Kundenbindung | Customer loyalty |
| bisheriges Verhalten | Previous behavior |
| Verhaltendsabsichten | Intended behavior |
| Wiederkauf | Repeat purchase |
| Weiterempfehlung | Recommendation |
| Wiederkaufabsicht | Intention to repurchase |
| Zusatzkaufabsicht (Cross-Selling) | Intention to make further purchases (cross-selling) |
| Weiterempfehlungsabsicht | Intention to recommend |

**Das C/D-Paradigma**

**The C/D paradigm**

Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| wahrgenommenes Leistungsniveau | Perceived service level |
| (Ist-Leistung) | (actual service received) |
| Assimilationstheorie | Assimilation theory |
| Kontrasttheorie | Contrast theory |
| Assimilations-Kontrast-Theorie | Assimilation-contrast theory |
| Vergleichsstandard | Benchmark |
| (Soll-Leistung) | (expected service) |
| Typoligisierungen der Formen der Zufriedenheit | Classifications of types of satisfaction |
| Vergleich | Comparison |
| positive Diskonfirmation | Positive disconfirmation |
| (Ist > Soll) | (Actual > expected) |
| Konfirmation | Confirmation |
| (Ist = Soll) | (Actual = expected) |
| negative Diskonfirmation | Negative disconfirmation |
| (Ist < Soll) | (Actual < expected) |
| Attributionstheorie | Attribution theory |
| Prospekt-Theorie | Prospect theory |
| Mehr-Faktorien-Modell | Multi-factor model |
| Zufriedenheit | Satisfaction |
| über Konfirmationsniveau | Above confirmation level |
| auf Konfirmationsniveau | At confirmation level |
| unter Konfirmationsniveau | Below confirmation level |
| Kunde ist sehr zufrieden: Die Leistung ist besser als erwartet. | Customer is very satisfied: The service is better than expected. |
| Kunde ist zufrieden: Die Leistung hat den Erwartungen entsprochen. | Customer is satisfied: The service has met expectations. |
| Kunde ist unzufrieden: Die Leistung hat den Erwartungen nicht entsprochen. | Customer is dissatisfied: The service has not met expectations. |

**Zusammenhang von Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität**

**The relationship between customer satisfaction and customer loyalty**

Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Kundenloyalität | Customer loyalty |
| Kundenzufriedenheit | Customer satisfaction |
| Indifferenzbereich | Zone of indifference |
| Sättigungszone | Saturation zone |
| steigende Wiederkaufsquote | Increasing repurchase rate |
| steigendes Cross-Selling | Increasing cross-selling |
| positive Mund-zu-Mund Propaganda | Positive word of mouth |
| sinkende Preissensibilität | Decreasing price sensitivity |
| sinkende Wiederkaufsquote | Decreasing repurchase rate |
| sinkendes Cross-Selling | Decreasing cross-selling |
| negative Mund-zu-Mund-Propaganda | Negative word of mouth |
| steigende Preissensibilität | Increasing price sensitivity |

**Die Customer Journey**

**The customer journey**

Timeline

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Awareness | Awareness |
| Consideration | Consideration |
| Conversion | Conversion |
| Retention | Retention |
| Advocacy | Advocacy |
| PR | PR |
| klassische Werbung | Classic advertising |
| Mundpropoganda | Word of mouth |
| Online-Werbung | Online advertising |
| persönliche Empfehlung | Personal recommendation |
| Social Media | Social media |
| Blogs | Blogs |
| Websites | Websites |
| direkter Kontakt | Direct contact |
| Onlineshop | Online store |
| Laden/Filiale | Stores/branches |
| Verkäufer | Seller |
| App | App |
| Reklamation | Complaint |
| Kundenservice | Customer service |
| Support | Support |
| Mail-Telefonkontakt | Mail-phone contact |
| Newsletter | Newsletter |
| Umfragen/Feedback | Survey/feedback |
| Kundenbindungsmaßnahmen | Customer loyalty measures |
| Mail-Kontakt | Mail contact |

**Bausteine einer Kundenbindungsstrategie**

**The components of a customer loyalty strategy**

Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Was | What |
| Wer | Who |
| Wie | How |
| Womit | With what tools |
| Wie oft und wann | How often and when |
| Mit wem | With whom |
| Bezugsobjekt der Kundenbindung | Customer loyalty reference object |
| Kundenbindungszielgruppe | Customer loyalty target group |
| Art der Kundenbindung | Type of customer loyalty |
| Kundenbindungsinstrumente | Customer loyalty tools |
| Intensität und Timing der Kundenbindung | Intensity and timing of customer loyalty |
| Kooperationsstrategien der Kundenbindung | Cooperation strategies for customer loyalty |
| Kundenbindungsstrategie | Customer loyalty strategy |

**Wirkungskette der Kundenbindung**

**Chain of effects for customer loyalty** Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Unternehmensexterne moderierende Faktoren | External moderating factors |
| Heterogenität der Kundenerwartung | Diversity in customer expectations |
| Marktbezogene Dynamik | Market-related dynamics |
| Marktbezogene Komplexität | Market-related complexity |
| Variety-Seeking-Motive | Variety-seeking motives |
| Image | Image |
| Alternativenzahl | Number of alternatives |
| Bequemlichkeit der Kunden | Customer convenience |
| Ertragungspotenzial der Kunden | Customer earning potential |
| Leistungsbedürfnis der Kunden | Customer service needs |
| Preisrestriktionen | Price restrictions |
| Kundenfluktiation | Customer fluctuation |
| Erstkontakt | Initial contact |
| Kauf | Purchase |
| Inanspruchnahme einer Leistung | Use of a service |
| Kundenzufriedenheit | Customer satisfaction |
| Bewertung durch Soll-Ist-Vergleich | Assessment based on comparing actual service to expected one |
| Kundenloyalität | Customer loyalty |
| Akzeptanz | Acceptance |
| Vertrauen | Trust |
| Positive Einstellung | Positive attitude |
| Wiederkauf | Repeat purchasing |
| Corss-Buying | Cross-buying |
| Weiterempfehlung | Recommendation |
| ökonomischer Erfolg | Economic success |
| Individualität der Leistung | Individualized service |
| Heterogenität des Leistungsspektrums | Diverse range of services |
| Leistungskomplesität | Service complexity |
| Ausgestaltung der kundenbezogenen Informationspolitik | Design of the customer-related information policy |
| Mitarbeitermotivation u. Ä. | Employee incentive, etc. |
| Persönliche Beziehungen | Personal relationships |
| Wechselbarrieren | Barriers to change |
| Möglichkeit vertraglicher Bindung | Opportunity for contractual commitment |
| funktionaler Verbund der angebotenen Leistungen | Functional interrelationship between the offered services |
| unterhnehmensinterne moderierende Faktoren | Company-internal moderating factors |

**Systematisierung der Marketinginstrumente nach den 3R**

**The Systemizing of marketing tools in accordance with the 3Rs**

Table

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Kundenakquisition mit Fokus Kundendialog | Customer acquisition, with focus on customer dialog |
| Verpackungsgestaltung | Packaging design |
| Produktzusatznutzen | Additional uses of product |
| Markierung | Labeling |
| Produktverbesserung | Product improvement |
| Niedrigpreis | Low price |
| Sonderangebote | Special offers |
| Boni/Skonti | Bonuses/discounts |
| Finanzierungsangebote | Financing offers |
| Direct Mail | Direct mail |
| Massenkommunikation mit Dialogfunktion | Mass communication with dialog function |
| Verkaufsförderung | Sales promotion |
| Produkt-Sampling | Product sampling |
| Aktionenen am PoS | PoS promotions |
| Direktvertrieb | Direct sales |
| Verkaufsgespräche | Sales discussions |
| Kundenbindung mit Fokus Kundenzufriedenheit | Customer loyalty, with focus on customer satisfaction |
| Produktdifferenzierung | Product differentiation |
| Servicestandards | Service standards |
| Sortimentsbreite | Product range |
| Garantien | Warranties |
| optimales Preis-Leistungs-Verhältnis | Best value for money |
| Preisgarantien | Price guarantees |
| Preisbündelung | Price bundling |
| Kundenzeitschriften | Customer magazines |
| Direct Mail | Direct mail |
| Sponsoring | Sponsorship |
| Kundenclubs | Customer clubs |
| Direct Marketing | Direct marketing |
| Direktvertrieb regelmäßige Außendienstbesuche | Direct sales Regular visits by sales representatives |
| Lieferservice | Delivery service |
| Kundenrückgewinnung mit Fokus Wechselbarrieren | Customer recovery, with focus on barriers to change |
| Produktinnovation | Product innovation |
| Value Added Services | Value added services |
| Produktverbesserung | Product improvement |
| individuelle Leistung | Individual service |
| Rabatte/Boni | Discounts/bonuses |
| einmalige Zahlung bei Wiederaufnahme | One-off payment upon resumption of relationship |
| Sonderkondition | Special condition |
| Direct Mail | Direct mail |
| Telefonmarketing | Phone marketing |
| persönliches Gespräch | Personal conversation |
| Einladung/Events | Invitation/events |
| Exklusivvertrieb | Exclusive sales |
| Außendiensteinsatz | Sending customer representatives |
| Key-Account-Management | Key account management |
| Online-Vertrieb | Online sales |

**Determinanten des Kundenwerts**

**Determinants of customer value**

Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Kundenwert | Customer value |
| Transaktionspotenzial | Transaction potential |
| Relationspotenzial | Relationship potential |
| Basisvolumen | Base volume |
| Wachstumspotential | Growth potential |
| Kostensenkungspotenzial | Cost-cutting potential |
| Referenzpotenzial | Reference potential |
| Informationspotenzial | Information potential |
| Kooperationspotenzial | Potential for Co-operation |
| psychisches Input-Potenzial | Potential for psychological input |
| Intensivierungspotenzial | Potential for intensification |
| Cross-Selling-Potenzial | Cross-selling potential |
| Up-Selling-Potenzial | Up-selling potential |
| Potenzial aus sinkender Preiselasizität | Potential from decreased price elasticity |

Text

Description automatically generated**Grundaufbau einer Kundendeckungsbeitragsrechnung**

**Basics for calculating the Customer coverage margin**

|  |  |
| --- | --- |
| Kunden-Bruttoerlöse pro Periode | Gross customer revenue per period |
| Erlösschmälerungen | Sales allowances |
| Kunden-Nettoerlöse pro Periode | Net customer revenue per period |
| Kosten der vom Kunden bezogenen Produkte (variable Stückkosten lt. Produktkalkulation multipliziert mit den Kaufmengen) | Costs of products purchased by the customer (variable unit costs based on the product calculation multiplied by the purchase quantities) |
| Kundendeckungsbeitrag I | Customer coverage margin I |
| eindeutig kundenbedingte Auftragskosten | Order costs clearly attributable to the customer |
| (z. B. Vorrichtungen, Versandkosten) | (e.g equipment, shipping costs) |
| Kundendeckungsbeitrag II | Customer coverage margin II |
| eindeutig kundenbedingte Besuchkosten | Visit costs clearly attributable to the customer |
| (z. B. Kosten der Anreise zum Kunden) | (e.g., costs incurred for travel to the customer) |
| Sonstige relative Einzelkosten des Kunden pro Periode | Other proportional individual costs attributable to the customer per period |
| (z. B.: Gehalt eines speziell zuständigen Key-Account-Managers; Engineering-Hilfen; Mailing-Kosten; Zinsen auf Förderungsaußenstände; bei Kunden auf der Handelsstufe: Werbekostenzuschüsse, Listungsgebühren und ähnliche Vergütungen) | (e. g., assignment of a special key account manager; engineering aids; mailing costs; interest on outstanding receivables; for customers in the following marketing stages: advertising allowances, listing fees, and similar expenditures) |
| Kundendeckungsbeitrag | Customer coverage margin |

Diagram

Description automatically generated**Beispiel einer ABC-Analyse**

**Example of an ABC analysis**

|  |  |
| --- | --- |
| kumulierter Umsatzanteil | Cumulative revenue share |
| A-Kunden | A customers |
| B-Kunden | B customers |
| C-Kunden | C customers |
| kumulierter Kundenanteil | Cumulative customer share |

Graphical user interface, text, email

Description automatically generated**Berechnung des Kapitalwerts einer Kundenbeziehung**

**Calculation of the capital value of a customer relationship**

|  |  |
| --- | --- |
| et = (erwartete) Einzahlungen aus der Geschäftsbeziehung in der Periode t | et = (Expected) payments from the business relationship over period t |
| at = (erwartete) Auszahlungen aus der Geschäftsbeziehung in der Periode t | at = (Expected) expenditure from the business relationship over period t |
| i = Kalkulationszinsfuß zur Abzinsung auf einen einheitlichen Referenzzeitpunkt | i = Calculation rate for discount at a uniform reference point |
| t = Periode (t = 0,1,2,…,n) | t = Period (t = 0,1,2,…,n) |
| n = Dauer der Geschäftsbeziehung | n = Length of the business relationship |

**Kundenportfolios in der Kundenbindungsphase—eindimensionale Segmentierung**

Diagram

Description automatically generated**Customer portfolios during the customer loyalty phase, one‑dimensional segmentation**

|  |  |
| --- | --- |
| Maßnahmen | Measures |
| Kundenzufriedenheit | Customer satisfaction |
| Kundenbindung | Customer loyalty |
| ökonomischer Erfolg | Economic success |
| zufriedenheitsbezogene Segmentierung | Satisfaction-related segmentation |
| kundenbindungsbezogene Segmentierung | Customer-loyalty-related segmentation |
| beziehungserfolgsbezogene Segmentierung | Relationship-performance related segmentation |
| Beurteilung von Leistungsmerkmalen | Assessment of performance features |
| negativ | Negative |
| positiv | Positive |
| gering | Low |
| hoch | High |
| Bedeutung von Leistungsmerkmalen | Significance of performance features |
| Routinemerkmale | Routine features |
| Erfolgsmerkmale | Success features |
| vernachlässigbare Merkmale | Negligible features |
| prioritäre Merkmale | Prioritized features |
| Gebundenheit | Commitment |
| Verbundenheit | Attachment |
| künstliche Kundenbindung | Artificial customer loyalty |
| sichere Kundenbindung | Firm customer loyalty |
| keine Kundenbindung | No customer loyalty |
| emotionale Kundenbindung | Emotional customer loyalty |
| Beziehungsprofitabilität | Relationship profitability |
| Beziehungsvolumen | Relationship volume |
| effiziente Beziehungen | Efficient relationships |
| erfolgreiche Beziehungen | Successful relationships |
| erfolglose Beziehungen | Fruitless relationships |
| mengenorientierte Beziehungen | Volume-oriented relationships |

**Kundenportfolios in der Kundenbindungsphase—zweidimensionale Segmentierung**

Diagram

Description automatically generated**Customer portfolios during the customer loyalty phase, two‑dimensional segmentation**

|  |  |
| --- | --- |
| Maßnahmen | Measures |
| Kundenzufriedenheit Kundenbindung | Customer satisfaction Customer loyalty |
| ökonomischer Erfolg | Economic success |
| Segmentierung nach Zufriedenheitspotenzial | Segmentation based on satisfaction potential |
| Segmentierung nach Kundenbindungspotenzial | Segmentation based on customer loyalty potential |
| Segmentierung nach Erfolgspotenzial | Segmentation based on success potential |
| Kundenzufriedenheit | Customer satisfaction |
| gering | Low |
| hoch | High |
| Aktivitätsgrad des Unternehmens | Level of activity of the company |
| Selbstläufer-Kunden | Sure-fire-success customers |
| adäquate Kunden | Adequate customers |
| Ignoranz-Kunden | Ignorance customers |
| Sackgassen-Kunden | Dead-end customers |
| Kundenanbindung | Customer connection |
| eingesperrte Kunden | Locked-in customers |
| überzeugte Kunden | Convinced customers |
| unsichere Kunden | Uncertain customers |
| Abwechslung suchende Kunden | Customers looking for variety |
| ökonomischer Erfolg | Economic success |
| Investitions-Kunden | Customers worth investing in |
| erfolgreiche Kunden | Successful customers |
| zufällige Kunden | Random customers |
| gesättigte Kunden | Saturated customers |

**Konzentration auf profitable Kundengruppen**

**Concentrating on profitable customer groups**

Diagram, timeline

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Customer Equity in % vom Ist-Wert | Customer equity as a % of actual value |
| angestrebte Situation | Desired situation |
| aktuelle Situation | Current situation |
| Kunden mit positivem Gewinnbeitrag | Customers with a positive profit contribution |
| Kunden mit negativem Gewinnbeitrag | Customers with a negative profit contribution |
| Option 1: Umwandlung in gewinnbringende Beziehungen | Option 1: conversion into profitable relationships |
| Option 2: gezielte Reduktion des Kundenstamms | Option 2: targeted reduction of customer base |
| Kunden in % | Customers as a % |

**Überblick phasenbezogener Strategien**

**Overview of phase-related strategies**Graphical user interface

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Phasenbezogene Strategien | Phased-related strategies |
| Kundenakquisitionsstrategie | Customer acquisition strategy |
| Stimulierung | Encouragement |
| Überzeugung | Persuasion |
| Kundenbindungsstrategie | Customer loyalty strategy |
| Verbundenheit | Connectedness |
| Gebundenheit | Commitment |
| Kundenrückgewinnstrategie | Customer recovery strategy |
| Wiedergutmachung | Compensation |
| Verbesserung | Improvement |
| Beziehungsbeendigungsstrategie | Relationship termination strategy |
| verdeckte Beendigung | Covert termination |
| offene Beendigung | Overt termination |

**Typen von Kundenakquisitionsstrategien**

**Types of customer acquisition strategy**

Table

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Aufgabe | Task |
| Stimulierung | Encouragement |
| Eingewöhnung | Familiarization |
| Überzeugung | Persuasion |
| Mittel | Means |
| Faktisch | Fact-based |
| Symbolisch | Symbolic |
| faktische Stimulierungsstrategie | Fact-based encouragement strategy |
| Beispiele: | Examples: |
| Sonderangebote | Special offers |
| Preisausschreiben | Competitions |
| Produktbeigaben | Free gifts |
| faktische Eingewöhnungsstrategie | Fact-based familiarisation strategy |
| Kundenschulung | Customer education |
| Service Hotlines | Service hotlines |
| faktische Überzeugungsstrategie | Fact-based persuasion strategies |
| Leistungsproben | Service or product samples |
| Vorher-Nachher-Werbung | Before-after advertising |
| leistungsbezogene Qualitätsgarantien | Service-related quality guarantees |
| symbolische Stimulierungsstrategie | Symbolic encouragement strategy |
| Imageaufbau | Image building |
| Testimonials in der klassischen Werbung | Testimonials in classic advertising |
| Sportsponsoring | Sports sponsorships |
| symbolische Eingewöhnungsstrategie | Symbolic familiarisation strategy |
| Events | Events |
| Sponsoring | Sponsorships |
| Symbolische Überzeugungsstrategie | Symbolic persuasion strategies |
| Steuerung von Weiterempfehlungen über das Unternehmen | Management of recommendations about the company |
| Kunden-Werben-Kunden-Aktionen | Customer advertising, customer promotions |
| Qualitätszertifizierungen | Quality certification |

**Typen von Kundenbindungsstrategien**

Table, website

Description automatically generated**Types of customer loyalty strategies**

|  |  |
| --- | --- |
| Art der Kundenbindung | Type of customer loyalty |
| Gebundenheit | Attachment |
| Verbundenheit | Connectedness |
| Fristigkeit | Duration |
| Kurzfristig | Short-term |
| Langfristig | Long-term |
| kurzfristige Gebundenheitsstrategie | Short-term commitment strategy |
| Beispiel: | Example: |
| kurzfristige Verträge | Short-term contracts |
| Mengenrabatte | Volume discounts |
| kurzfristige Verbundenheitsstrategie | Short-term connectedness strategy |
| Niedrigpreisangebote | Low price offer |
| Überraschung durch Geschenke | Surprise with gifts |
| langfristige Gebundenheitsstrategie | Long-term commitment strategy |
| langfristige Verträge | Long-term contracts |
| Abonnements | Subscriptions |
| Mitgliedschaften | Memberships |
| langfristige Verbundenheitsstrategie | Long-term connectedness strategy |
| Mitarbeiterbindung | Employee retention |
| Leistungsindividualisierung | Service customization |

**Typen von Kundenrückgewinnungsstrategien**

**Types of customer recovery strategies**Table, website

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Art der Rückgewinnung | Type of recovery |
| Wiedergutmachung | Compensation |
| Verbesserung | Improvement |
| Kundensituation | Customer situation |
| Abwandernde Kunden | Defecting Customers |
| Abgewanderte Kunden | Defected customers |
| Kompensationsstrategie | Compensation strategy |
| Beispiele: | Examples: |
| Ersatz beschädigter Leistungen | Replacement of defective goods or services |
| Kompensationszahlung | Payment of Compensation |
| Nachbesserungsstrategie | Improvement strategy |
| Reparatur beschädigter Leistungen | Repair of defective goods or services |
| Service Recovery | Service recovery |
| Stimulierungsstrategie | Encouragement strategy |
| Rabatte bei Beziehungswiederaufnahme | Discounts for resuming the relationship |
| Geschenk bei Wiederaufnahme | Gift upon resumption of relationship |
| Überzeugungsstrategie | Persuasion strategies |
| Modifikation des Leistungsangebots | Modification of the range of services |
| Innovation nach Kundenwunsch | Innovation in accordance with customer wishes |

**Kommunikationsinstrumente in den Phasen des Kundenlebenszyklus**

**Communication tools for use during the phases of the customer life cycle** Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Stärke/Intensität der Kundenbeziehung | Strength/intensity of the customer relationship |
| Dauer der Kundenbeziehung | Duration of the customer relationship |
| Primäre Kommunikationsfunktion | Primary communication function |
| Kommunikationsziele (Auswahl) | Communication goals (choice) |
| Kommunikationsrichtung | Communication direction |
| Primäre Kommunikationsperspektiven | Primary communication prospects |
| Typische Kommunikationsinstrumente und -mittel | Typical communication tools and means |
| Kundenakquisitionsphase | Customer acquisition phase |
| Kundenbindungsphase | Customer loyalty phase |
| Kundenrückgewinnungsphase | Customer recovery phase |
| Informationsfunktion | Information function |
| Beeinflussungsfunktion | Influencing function |
| Bestätigungsfunktion | Confirmation function |
| Bekanntheit | Recognition |
| Image | Image |
| Informationssuche u. a. | Information search, etc. |
| einseitig und zweiseitig | Unilateral and bilateral |
| Inside-out | Inside-out |
| Outside-in | Outside-in |
| Outside-out | Outside-out |
| Mediawerbung | Media advertising |
| Verkaufsförderung | Sales promotion |
| Direkt Marketing u. a. | Direct marketing, etc. |
| Aufforderungsfunktion | Promotion function |
| Interaktionsfunktion | Interaction function |
| Individualisierungsfunktion | Individualization function |
| Commitment | Commitment |
| Vertrauen | Trust |
| Zufriedenheit u. a. | Satisfaction, etc. |
| zweiseitig | Bilateral |
| Online-Kommunikation | Online communication |
| Callcenter | Call center |
| Kundenclubs u. a. | Customer clubs, etc. |
| Interaktionsfunktion | Interaction function |
| Individualisierungsfunktion | Individualization function |
| Überzeugungsfunktion | Persuasion function |
| Wiederherstellung von | Restoration of |
| Vertrauen | Trust |
| Commitment | Commitment |
| Zufriedenheit u. a. | Satisfaction, etc. |
| persönliche Kommunikation Beschwerde u. a. | Personal communication, complaints, etc. |

**Phasen eines Beschwerdemanagementsystems**

**Phases of a complaint management system**Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| unzufriedener Kunde | Dissatisfied customer |
| Beschwerdestimulierung | Complaint provocation |
| Beschwerdeannahme | Complaint acceptance |
| Beschwerdebearbeitung | Complaint processing |
| Beschwerdereaktion | Complaint response |
| Beschwerdeverarbeitung | Complaint handling |
| zufriedener Kunde | Satisfied customer |

**Serviceleistungen im Überblick**

**Overview of services**

Table, website

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Art des Kundenservices | Type of customer service |
| Technische Leistungen | Technical services |
| Kaufmännische Leistungen | Commercial services |
| Zeitpunkt der Nutzung | Time of use |
| Vor der Nutzung | Before use |
| Während der Nutzung | During use |
| Nach der Nutzung | After use |
| technische Beratung | Technical advice |
| Erarbeitung von Projektlösungen | Development of project solutions |
| Demontage alter Anlagen | Dismantling of old systems |
| kaufmännische Beratung | Commercial advice |
| Wirtschaftlichkeitsanalyse | Profitability analysis |
| Bestelldienst | Order service |
| Testlieferung | Test delivery |
| technische Einweisung | Technical briefing |
| Installation | Installation |
| Reparaturen | Repairs |
| Wartung | Maintenance |
| schriftliche Anleitung | Written instructions |
| Schulung | Training |
| Ersatzteilversorgung | Spare parts supply |
| Beschwerdemanagement | Complaint management |
| Telefon-/Onlinehilfe | Phone/online help |
| Umbauarbeiten | Conversion work |
| Erweiterungen | Upgrades |
| Abbau | Dismantling |
| Entsorgung | Disposal |
| Information über Neuentwicklungen | Information about new developments |
| Informationen über Entsorgungsmöglichkeiten | Information about opportunities for disposing of equipment |
| Rabatte bei Updates | Discounts for updates |

**Die Säulen des CRM im Unternehmen**

**The pillars of company CRM**

Timeline

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Maßnahmen zur Implementierung des Customer Relationship Marketings | Measures for implementing customer relationship marketing |
| Systeme | Systems |
| Strukturen | Structures |
| Kultur | Culture |
| Aufbau von Systemen | System design |
| Vereinfachung der Strukturen | Simplification of structures |
| Entwicklung der Kultur | Culture development |
| Database Management | Database management |
| kundenorientiertes Rechnungswesen (Kundenwert) | Customer-oriented accounting (customer value) |
| kontinuierliche Zufriedenheitsanalysen | Ongoing satisfaction analyses |
| CRM-System | CRM system |
| neue Organisationsformen, z. B. Key Account Management, Category Management | New types of organization, e.g., key account management, category management |
| Efficient Consumer Response | Efficient consumer response |
| kurze Kommunikationswege | Short lines of communication |
| Einsatz von Callcentern | Deployment of call centers |
| Zugriff auf Kundendaten | Access to customer data |
| kontinuierlicher Entwicklungsprozess der Kulturveränderung | Process for ongoing development of culture-change |
| Leitlinien zur Kundenorientierung | Customer orientation guidelines |
| Strukturierung der internen Kommunikation | Structuring of internal communications |
| Kultur-Module in Trainingsmaßnahmen | Culture module as part of training measures |
| kulturorientierte Anreizsysteme | Culture-oriented incentive schemes |

**Kundenbindungsinstrumente im Investigationsgüterbereich**

**Customer loyalty tools in the capital goods sector**

Table

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Betrachtungsebene | Level of analysis |
| Operationsebene | Operational level |
| Individualebene | Individual level |
| Anreizmechanismus | Incentive mechanism |
| technisch | Technical |
| ökonomisch | Economic |
| emotional | Emotional |
| kognitiv | Cognitive |
| Barrierebauende Bindungsinstrumente | Barrier-building loyalty tools |
| Inkompatibilität mit Wettbewerbsprodukten | Incompatibility with competitor products |
| langfristige Lieferverträge | Long-term delivery contracts |
| Aufbau soziales Verpflichtungsgefühl | Building a sense of social obligation |
| individuelle Nachteile bei Anbieterwechsel | Individual disadvantages entailed by changing of suppliers |
| Balancierte Bindungsinstrumente | Balanced loyalty tools |
| Abstimmung der Produktions- und Logistikprozesse | Coordination of the production and logistics processes |
| Jahresumsatzrückvergütung | Annual sales rebate |
| Aufbau persönlicher Beziehungen | Building of personal relationships |
| Aufbau von Reputation | Building of reputation |
| Bestärkende Bindungsinstrumente | Reinforcing loyalty tools |
| technische Serviceleistungen | Technical services |
| Trainings | Training |
| Finanzierung von Equipment | Financing of equipment |
| Kundenzeitschriften | Customer magazines |
| Präsente | Gifts |
| Einladung zu Themenreisen | Invitations to theme-trips |

**Architektur eines CRM-Systems**

**Architecture of a CRM system**

Timeline

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Back Office | Back office |
| Enterprise Resource Planning | Enterprise resource planning |
| Supply-Chain-Management | Supply chain management |
| Marketingprozesse | Marketing processes |
| Sales-Prozesse | Sales processes |
| Serviceprozesse | Service processes |
| Interaktionskanäle | Interaction channels |
| persönlicher Kontakt | Personal contact |
| WWW | Website |
| E-Mail | E-mail |
| Telefon | Phone |
| Brief/Fax | Mail/fax |
| etc. | etc. |
| Customer Touch Points | Customer touch points |
| Außendienst | Sales representatives |
| Innendienst | Back office |
| CIC | CIC |
| Filiale | Branches |
| Website | Website |
| CRM-Anwendungen | CRM applications |
| Kampagne | Campaigns |
| Opportunity | Opportunity |
| Feedback | Feedback |
| Lead | Lead |
| Angebot/Auftrag | Offer/contract |
| Support | Support |
| Basisanwendungen | Basic applications |
| Stammdaten | Master data |
| Kontakt | Contact information |
| Workflow | Workflow |
| Aktivitäten | Activities |
| Eskalation | Escalation |
| operative CRM-Systeme | Operational CRM systems |
| operative Kundendatenbank | Operational customer database |
| analytische CRM-Systeme | Analytical CRM systems |
| Data Warehouse | Data warehouse |
| Data mining | Data mining |
| OLAP | OLAP |

**Typologisierung von Kundendaten**

**Classification of customer data**

Diagram

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Kundendaten | Customer data |
| Identifikationsdaten | Identification data |
| Deskriptionsdaten | Description data |
| Transaktionsdaten | Transaction data |
| Identifikation i. e. S. | Identification in the general sense |
| Adresse und Kontakt | Addresses and contact information |
| Kundencharakteristika | Customer characteristics |
| Soziografie | Sociography |
| Kaufhistorie | Purchase history |
| Kontakthistorie | Contact history |
| Produktnutzung | Product usage |
| Demografie | Demography |
| Psychografie | Psychography |
| Haushaltsstruktur | Budget structure |
| Mikrogeografie | Microgeography |
| soziale Vernetzung | Social networking |
| Ansprache | Address |
| Reaktion | Reaction |
| kundendinitiierte Kontakte | Customer-initiated contacts |

**Das Zusammenspiel von analytischen und operative CRM-Prozessen**

**The Interaction of analytical and operational CRM processes**Timeline

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Übergreifende Prozesse | End-to-end processes |
| Kundenwertanalyse | Customer value analysis |
| Kundensegmentierung | Customer segmentation |
| Kundencharakterisierung | Customer characterization |
| Zielgruppenanalyse | Target group analysis |
| Cross-Selling-Analyse | Cross-selling analysis |
| Abwanderungsanalyse | Defection analysis |
| Kundenrisiko | Customer risk |
| Maßnahmenspezifische Prozesse | Measure-specific processes |
| Analytische CRM-Prozesse | Analytical CRM processes |
| Marketingprozesse | Marketing processes |
| Sales-Prozesse | Sales processes |
| Leistungserstellung | Service creation |
| Serviceprozesse | Service processes |
| Operative CRM-Prozesse | Operational CRM processes |

**Die analytischen CRM-Systeme**

**Analytical CRM systems**A picture containing graphical user interface

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| analytische CRM-Systeme | Analytical CRM systems |
| Data Warehouse | Data warehouse |
| physischer Datenspeicher | Physical data storage |
| Data Mining | Data mining |
| liefert explikative Daten | Provides explicative data |
| OLAP | OLAP |
| liefert deskriptive Daten | Delivers descriptive data |

**Ansätze zur Kontrolle des CRM**

**Approaches to CRM monitoring**A picture containing text

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| vorökonomische Wirkungskontrolle | Pre-economic impact control |
| Merkmalsmessungen | Feature measurements |
| Ergebnismessungen | Outcome measurements |
| Problemmessungen | Problem measurements |
| in Bezug auf: | Related to: |
| Lebensqualität | Quality of life |
| wahrgenommenen Wert | Perceived value |
| Kundenzufriedenheit Vertrauen | Customer satisfaction Trust |
| Commitment | Commitment |
| Bezihungsqualität | Relationship quality |
| Kundenbindung | Customer loyalty |
| Mund-zu-Mund-Kommunikation | Word-of-mouth communication |
| ökonomische Wirkungskontrolle | Economic impact control |
| einperiodische Wirkungskontrolle | Single-period impact control |
| Kundenumsatzanalyse | Customer sales analysis |
| ABC-Analyse | ABC analysis |
| Kundendeckungsbeitragsanalyse | Customer breach margin analysis |
| mehrperiodische Wirkungskontrolle: | Multiple-period impact control: |
| Customer Lifetime Value | Customer lifetime value |
| auf Basis von Ein- und Auszahlungen | Based on payments in and out |
| durch Einbeziehung einer Kundenbindungswahrscheinlichkeit | By incorporating a customer loyalty probability |
| durch Einbeziehung eines Referenzwertes | By including a reference value |
| durch Einbeziehung von Informations-, Kooperations- und Synergiepotenzialen | By including information, cooperation, and synergy potentials |
| Relationship Marketing | Relationship marketing |
| psychologische Wirkungen | Psychological impact |
| Verhaltenswirkungen | Behavioral impact |
| ökonomischer Erfolg | Economic success |
| integrierte Kontrollsysteme | Integrated monitoring systems |
| Kundenbarometer | Customer barometer |
| Balanced Scorecard | Balanced score card |
| EFQM-Modell | EFQM model |
| Kosten-Nutzen-Analyse | Cost-benefit analysis |

**Beispiele für Indikatoren zur Operationalisierung des Konstruktes Kundenbindung**

Text

Description automatically generated**Examples of indicators for the operationalization of the customer loyalty construct**

|  |  |
| --- | --- |
| Kundenbindung | Customer loyalty |
| Wenn Sie das betrachtete Produkt/die betrachtete Dienstleistung nochmals kaufen, würden Sie es wieder bei Unternehmen X kaufen? | If you were to buy this product/service again, would you purchase it from Company X again? |
| Wollen Sie langfristig Kunde des Unternehmens X bleiben? | Do you wish to remain a long-term customer of Company X? |
| Werden Sie langfristig einen gleichbleibenden oder steigenden Anteil Ihres Bedarfs bei Unternehmen X decken? | In the long term, will you be sourcing the same or an increasing proportion of your needs from Company X? |
| Werden Sie auch beim Kauf anderer Produkte/Dienstleistungen das Unternehmen X zu beziehen? | Will you also use Company X to purchase other products/services? |
| Werden Sie Unternehmen X weiterempfehlen? | Would you recommend Company X? |
| Werden Sie Freunden und Bekannten zum Kauf bei Unternehmen X raten? | Would you recommend that your friends and acquaintances buy from Company X? |