

## Presseinformation

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Manfred Bruhn

### Praxishandbuch Kunden- management

Grundlagen  
Fallbeispiele  
Checklisten  
nach dem ULTIMA-Ansatz



Cam-Mai Brasch  
Kerstin Köder  
Reinhold Rapp

WILEY

## Praxishandbuch Kundenmanagement

Grundlagen, Fallbeispiele, Checklisten

Von CAM-MAI BRASCH, KERSTIN KÖDER  
und REINHOLD RAPP

2007. 466 Seiten. Gebunden.  
€ 49,90\*/sFr 80,-  
ISBN 978-3-527-50250-9

Das Wissen, die Ansprüche und die Macht der Kunden erweitern sich beständig durch die neuen Medien und die wirtschaftliche Situation. Kundenmanagement gehört entsprechend zu den herausragenden Management-Aufgaben, doch das entsprechende Denken findet bei Managern und Mitarbeitern nach den Beobachtungen der Autoren oft nicht statt. Dies verdeutlicht schon die Frage, für wen die Mitarbeiter arbeiten. Die meisten antworten darauf, dass sie für das jeweilige Unternehmen arbeiten - und denken dabei nicht an die Kunden.

Für ein ganzheitliches, systematisches Kundenmanagement haben die Autoren den ULTIMA-Ansatz entwickelt: **U**(nternehmensweite Kundenstrategie), **L**(eadership), **T**(ransparente Kundenorganisation), **I**(ntegration von Wirtschaftlichkeit und Steuerung), **M**(anagement von

Kundenkontakten und kundenrelevanten Prozessen), **A**(npassung von IT-Systemen).

Mit ULTIMA wird die oft rein operative und häufig nur bereichs- oder abteilungsinterne Sichtweise erweitert und ein ganzheitlicher Ansatz proklamiert. Systematische Lösungsansätze und zahlreiche Best Practice Handlungsempfehlungen erleichtern es, die typischen Einstiegs- und Umsetzungshürden zu nehmen und geben konkrete Anregungen für die Praxis.

*„Das vorliegende Handbuch bietet ein gelungenes Fundament für die Etablierung ganzheitlicher kundenorientierter Managementansätze und macht es zu einem nützlichen Werkzeug, um die strategische Ausrichtung und die Gestaltung aller kundenbezogenen Prozesse zu analysieren sowie gegebenenfalls zu überdenken und anzupassen.“*

Prof. Dr. Manfred Bruhn, Universität Basel

[www.praxishandbuch-kundenmanagement.de](http://www.praxishandbuch-kundenmanagement.de)

### Die Autoren

**Cam-Mai Brasch** war für Unternehmen wie Bertelsmann, DaimlerChrysler, Quelle und simyo tätig. Sie hat für etablierte Unternehmen und Start Up Companies in leitenden Funktionen Customer-Care-Strategien und -Tools erfolgreich konzipiert und die operative Umsetzung verantwortet. Heute ist sie als Unternehmensberaterin tätig.

**Kerstin Köder** verfügt über mehr als zwölf Jahre Erfahrung im konzeptionellen und operativen Kundenmanagement im Handel und im Telekommunikationsmarkt. Unter ihrer Leitung gewann das debitel CRM-Projekt 2004 den deutschen CRM-Award in Gold. Heute verantwortet sie als Leiterin Bestandskundenmarketing sämtliche Kundenentwicklungs- und -kommunikationsmaßnahmen.

**Reinhold Rapp** ist Visiting Professor an internationalen Hochschulen, Unternehmensberater und ehemals erster Kundenmanager bei der Deutschen Lufthansa. Er zählt zu den führenden CRM-Experten in Deutschland.



## Wirtschaft und Finanzen

Wiley  
Postfach 10 11 61  
D-69451 Weinheim  
Tel +49 (0) 62 01-60 64 00  
Fax +49 (0) 62 01-60 61 84  
E-mail: [service@wiley-vch.de](mailto:service@wiley-vch.de)

Besuchen Sie uns unter  
[www.wiley-vch.de](http://www.wiley-vch.de)

 **WILEY**

# Stimmen zum Buch

*"Wer Kundenmanagement nicht nur als operative Organisations- und Prozessaufgabe erachtet, sondern als komplexe, ganzheitliche Managementaufgabe verstanden haben möchte, wird die Herangehensweise im Praxishandbuch Kundenmanagement sehr schätzen. Mit ihrem ULTIMA-Modell geben die Autoren eine praxisnahe und systematische Strukturvorlage, wie man sowohl die strategischen Erfolgsfaktoren als auch die entscheidenden operativen Aufgaben und Maßnahmen herausarbeiten kann. Angenehm ist, dass sie dabei keineswegs den Anspruch erheben, gänzlich neue Weisheiten des Kundenmanagements gefunden zu haben. Vielmehr verstehen sie es, leicht handzuhabende Werkzeuge und verständliche Anleitungen zur Verfügung zu stellen, mit denen sich die Fülle der Aufgaben im Kundenwert- und Kundenkontaktmanagement bewältigen und steuern lässt. Nicht zuletzt werden auch weiche Faktoren überzeugend konkretisiert und vertieft, die man im harten, operativen Alltag des Kundenmanagements nicht selten aus dem Blickfeld verliert. Eine Kundenkultur, wie sie die Autoren fordern und wie ich aus meiner Erfahrung nur bestätigen kann, lässt sich nur mit Leben erfüllen, wenn sie vom Top-Management über alle Hierarchien hinweg bis hin zu jedem einzelnen Mitarbeiter im tagtäglichen Kundenkontakt mit Leidenschaft und Ernsthaftigkeit verfolgt wird."*

**Thomas Berlemann,**  
Bereichsvorstand Kundenservice, Deutsche Telekom

*"Für den Weg zur effektiven und ganzheitlichen Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden gibt es jetzt einen überzeugenden Navigator: ULTIMA. Damit gelingt es den Autoren, Kundenmanagement-Initiativen eine umfassende Vorlage zur Strukturierung zu geben, die auch auf die unverzichtbare Involvierung der Unternehmensführung in diesen Prozess eindringlich hinweist. Sie beschreiben dabei nicht nur, was strategisch-konzeptionell zu tun ist, sondern zeigen zugleich auch konkrete Wege zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in der unternehmerischen Praxis auf. Das Buch gibt dazu einen umfassenden und anschaulichen Überblick über alle wesentlichen Aufgaben, die es zu bewältigen gilt.*

*Man kann nur inständig hoffen, dass dieses Buch ein möglichst großes und breites Publikum erreicht, damit der Gedanke, den Kunden als das Lebenselixier eines jeden Unternehmens zu würdigen, Einzug in die Köpfe und Herzen aller Mitarbeiter hält."*

**Hardy Koth,**  
Vorstand Kundenakquise und Kundenbetreuung, Vocatus AG

*"Wem Kundenmanagement-Initiativen in seinem Unternehmen nicht ausreichend Fortschritt machen oder nicht schlüssig erscheinen, dem bietet das Praxishandbuch Kundenmanagement nicht nur wertvolle Impulse, sondern ganz besonders auch ein Programm. Mit der ULTIMA-Methode lässt sich ein durchschnittliches Unternehmen in ein anerkanntes Kundenorientierungswunder verwandeln."*

**Matthias Kunst,**  
Marketing-Direktor Ford Werke GmbH

*"Den Autoren ist mit diesem Praxishandbuch die seltene Verschmelzung von Lesebuch und Nachschlagewerk gelungen. Strategische Kundenmanagement-Aspekte werden genauso wie operative Fragestellungen behandelt. Das Buch gibt einen umfassenden und dabei kompakten Überblick über alle wesentlichen Aufgaben, die es beim Managen von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu bewältigen gilt. Leicht verständlich aufbereitet und durch eine funktionelle Gliederung in Form von sechs Stellschrauben (U-L-T-I-M-A) bietet das Buch für alle, die sich mit Kundenmanagement beschäftigen, zahlreiche wertvolle Informationen, gängige Vorgehensweisen, bewährte Checklisten und praxisnahe Beispiele. Ein einzigartiges Praxishandbuch, das diese Bezeichnung voll und ganz verdient!"*

**Karsten Wulf,**  
Gründer und geschäftsführender Gesellschafter  
der buw Unternehmensgruppe