

Inhaltsübersicht

Einleitung <i>(Jammernegg/Kischka)</i>	1
Teil A Ein Vorgangsmodell für kundenorientierte Prozessverbesserungen	
Kapitel 1 Regelkreis zur Bestimmung kundenorientierter Innovationen <i>(Jammernegg/Kischka)</i>	7
Kapitel 2 Kundenzufriedenheit messen und beurteilen <i>(Dahnke/Reiner)</i>	33
Kapitel 3 Identifizierung von Schlüsselprozessen <i>(Lehmann/Reiner)</i>	63
Kapitel 4 Ableitung und Bewertung von Handlungsalternativen <i>(Jammernegg/Reiner)</i>	97
Teil B Fallstudien	
Kapitel 5 Empirische Erfassung des Regelkreises <i>(Dahnke)</i>	123
Kapitel 6 Fallstudie: Ein Unternehmen der Eisen- und Stahlverarbeitenden Industrie <i>(Lehmann/Novak)</i>	147

Kapitel 7	Fallstudie: Ein Unternehmen der Textilindustrie (<i>Hufnagl/Reiner</i>)	177
Kapitel 8	Vergleich von Kundenzufriedenheit und Kundenanforderungen in einem Unternehmen der Dienstleistungsbranche (<i>Dahnke/Lehmann</i>)	211
Kapitel 9	Vergleich von Kundenzufriedenheit und Kundenanforderungen in einem Unternehmen der Konsumgüterindustrie (<i>Lehmann</i>)	227
Kapitel 10	Ableitung und Bewertung von Handlungsalternativen in einem Unternehmen der Elektroindustrie (<i>Jammernegg/Reiner</i>)	237
Literaturverzeichnis		249
Autorenverzeichnis		259
Stichwortverzeichnis		261



<http://www.springer.com/978-3-540-41838-2>

Kundenorientierte Prozessverbesserungen

Konzepte und Fallstudien

Jammernegg, W.; Kischka, P. (Hrsg.)

2001, VIII, 262 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-41838-2