
Inhaltsverzeichnis

Teil I Theorie

1	Servicegeschäft im internationalen Anlagenbau	3
2	Customer-Relationship-Management	7
3	Kundenbindung	13
4	Erkenntnisse aus dem CRM-Expertenrat	19
5	Ganzheitlicher Service-Ansatz	25
6	Service im Anlagen-, Maschinen- und Apparatebau	33
7	CRM in Kontext zum Service-Geschäft	47
8	Die 8 Themenfelder zum GSG-Modell	51
9	Theoretische Schlussbetrachtung	55

Teil II Erstellen des Service- Ansatzes

10	In 5 Schritten vom GSG-Modell zur Service Excellence	61
11	Interviews bei branchenähnlichen Firmen	65
12	Interne Analyse der Firma LeRoSch	73
13	GSG brush-up	81
14	Erstellung Service-Module – Hypothesen	85
15	Erstellung Service-Module – Methoden zur Bestätigung der Hypothesen	89

16 Erstellung Service-Module – Befragung zu den Hypothesen	97
17 Erstellung Service-Module – Die vier Service-Module	113
 Teil III Umsetzung der Service- Strategie	
18 Businessplan	119
19 Strategie für Service Excellence – Marktpotenzial	121
20 Strategie für Service Excellence – Produktportfolio	123
21 Strategie für Service Excellence – Positionierung	127
22 Strategie für Service Excellence – Marketing	131
23 Strategie für Service Excellence – Management und Mitarbeiter	137
24 Strategie für Service Excellence – Risikoanalyse	143
25 Strategie für Service Excellence – Finanzen	147
 26 Zusammenfassung	 149
27 Handlungsempfehlung	151
Glossar	153