
Hippner H Rentzmann R 2006 Text Mining

Konzeptionelle Grundlagen eines marktorientierten strategischen Krankenhauscontrollings
Einführung von Salesforce CRM im gemeinnützigen Umfeld: Planung, Architektur und Migration der vorhandenen Daten
Perceived Brand Localness
Kundenwertorientiertes Revenue Management im Dienstleistungsbereich
Vergleich unterschiedlicher Methoden der Unsupervised Topic Detection.
Kundenfeedback touristischer Betriebe der Bodenseeregion
Geschäftsbeziehungsmanagement
Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition
Big Data
Grundlagen des CRM
Fuzzy Classification of Online Customers
Kundenorientierung
Commodity Marketing
Targeting Using Augmented Data in Database Marketing
Web 2.0-Anwendungen zur Informationsgewinnung von Unternehmen
Impacts of Customer Relationship Management on Development of Corporations
Enterprise Information Systems
Advanced Methodologies and Technologies in Network Architecture, Mobile Computing, and Data Analytics
Erfolgsfaktoren von Customer Relationship Management Strategien in Unternehmen
Research Anthology on Implementing Sentiment Analysis Across Multiple Disciplines
CRM mit Mitarbeitern erfolgreich umsetzen
Intelligent and Transformative Production in Pandemic Times
Aufbau eines IT-basierten Integrationskonzepts zur Unterstützung von Produktentwicklungs- und Produktionsprozessen
Advances in Visual Informatics
Information and Communication Technologies in Tourism 2014
Business Relationship Management and Marketing
eTourismus: Prozesse und Systeme
Marketing Intelligence
Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen
Die Zukunft des deutschen Gesundheitsmarkts
Entwicklung einer eCRM-Konzeption zur Gewinnung von Interessenten und Neukunden im Online-Geschäftsverkehr am Beispiel der fiktiven "Business AG"
Integrierte Multichannel-Kommunikation im Einzelhandel
Prozessinnovation erfolgreich anwenden
Markenbindung Durch Personalisierte Internetauftritte
Patientenloyalität in Bezug auf das Krankenhauswesen

Text Mining in der elektronischen Postverteilung einer Bundesbehörde
Entwicklung und Konzeption eines Reifegradmodells des Supply Chain Managements
Customer-information-Management
Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality
Personalmanagement aus Perspektive der Dienstleistungsforschung
Einführung in die Wirtschaftsinformatik

Hippner H
Rentzmann R
2006 Text
Mining

Downloaded
from
intra.itu.edu by
guest

SWANSON BOYER

Konzeptionelle Grundlagen eines marktorientierten strategischen Krankenhauscontrollings
Springer-Verlag
Ulf-Marten Schmieder
diskutiert auf Basis umfassender theoretischer und empirischer Untersuchungen die Leistungsfähigkeit alternativer Kommunikationskonzepte und -kanäle sowie Herausforderungen, Problembereiche und mögliche Erfolgsfaktoren einer Integrierten Multichannel-Kommunikation von Handelsunternehmungen.
Einführung von Salesforce CRM im gemeinnützigen Umfeld: Planung, Architektur und Migration der vorhandenen Daten
Logos Verlag Berlin GmbH
In recent years, our world has experienced a profound shift and progression in available computing and knowledge

sharing innovations. These emerging advancements have developed at a rapid pace, disseminating into and affecting numerous aspects of contemporary society. This has created a pivotal need for an innovative compendium encompassing the latest trends, concepts, and issues surrounding this relevant discipline area. During the past 15 years, the Encyclopedia of Information Science and Technology has become recognized as one of the landmark sources of the latest knowledge and discoveries in this discipline. The Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition is a 10-volume set which includes 705 original and previously unpublished research articles covering a full range of perspectives, applications, and techniques contributed by thousands of experts and researchers from around the globe. This authoritative encyclopedia is an all-

encompassing, well-established reference source that is ideally designed to disseminate the most forward-thinking and diverse research findings. With critical perspectives on the impact of information science management and new technologies in modern settings, including but not limited to computer science, education, healthcare, government, engineering, business, and natural and physical sciences, it is a pivotal and relevant source of knowledge that will benefit every professional within the field of information science and technology and is an invaluable addition to every academic and corporate library.

Perceived Brand Localness IGI Global
Der vorliegende Sammelband wendet sich dem Thema der Web 2.0-Anwendungen (Weblogs, Wikis, Communities, Internetforen, virtuelle Realitäten etc.) und deren Einsatzmöglichkeiten für Unternehmen zu. Durch

die standige Weiterentwicklung und zunehmende Verbreitung interaktiver Web 2.0-Anwendungen ergeben sich neuartige Möglichkeiten zur Integration von Kundenideen, -informationen und -meinungen in unternehmerische Entscheidungen. In den Beiträgen dieses Sammelbandes werden die Potenziale der Web 2.0-Anwendungen zur marktbezogenen Informationsgewinnung von Unternehmen einer kritischen Prüfung unterzogen. Hierzu werden Ergebnisse aus einer Studienreihe vorgestellt, die sich über mehrere qualitative Untersuchungen erstreckt und einen systematischen Einblick in die Nutzungsmöglichkeiten der Web 2.0-Anwendungen im Rahmen von Marktforschungsaktivitäten, einer marktgerechten Neuproduktentwicklung sowie der Verbesserung von Kundenbeziehungen im Kontext des CRM bietet.

Kundenwertorientiertes Revenue Management im Dienstleistungsbereich
Springer Nature
In diesem Buch werden

wesentliche Grundlagen und vorliegende Ansätze im Prozessmanagement behandelt. Darauf aufbauend wird anhand von Anforderungen ein Vorgehensmodell der Prozessinnovation entwickelt und detailliert erläutert. Im Rahmen der 2. Auflage werden dabei auch die Potentiale der Digitalisierung anhand von Beispielen aufgezeigt. Ferner werden einige Techniken und Abbildungen aktualisiert und an einigen Stellen Exkurse hinzugefügt, die insbesondere den gestiegenen Anforderungen an Unternehmen im Kontext der Digitalen Transformation Rechnung tragen sollen. Die Leser werden in die Lage versetzt, das Vorgehensmodell der Prozessinnovation mit Techniken und Ergebnissen zu verstehen und anzuwenden. Die vorgestellten Techniken müssen dabei nicht vollständig eingesetzt werden; vielmehr sollen die Techniken in der Form eingesetzt werden, um individuelle Projektanforderungen zu erfüllen. Neben den relevanten Inhalten und Beispielen enthält das Management- und Lehrbuch Aufgaben und

Fragen. Die Aufgaben dienen der Anwendung des erlernten Wissens und unterstützen das fall- bzw. problembasierte Lernen; die Fragen dienen der Wissenskontrolle und Reflektion.

Vergleich unterschiedlicher Methoden der Unsupervised Topic Detection.

Kundenfeedback touristischer Betriebe der Bodenseeregion

Diplomica Verlag
This study delivers insights on which external sources – e.g. website click behavior, surveys, or social media data – can and cannot be used for data augmentation. A case study is performed to test the suitability of different sources in order to create a generalized practical guide for data augmentation in marketing. Data augmentation is a beneficial tool for companies to use external data, if the internal data basis for targeting is not sufficient to reach the customers with the highest propensity. This study shows that augmenting data from feasible sources leads to significant conversion lifts.

Geschäftsbeziehungsmanagement GRIN Verlag

Sebastian Ullrich untersucht personalisierte Internetauftritte. Ziel ist es, Erkenntnisse über die Wirkungen von personalisierten Internetauftritten schwacher und starker Marken zu gewinnen. Dabei sollen sowohl affektive als auch kognitive Prozesse betrachtet werden. Anschließend werden die Konstrukte der Zufriedenheit und Vertrauen in ihrer Funktion als Mediatoren für Bindungsprozesse erörtert. Auf Basis der theoretischen Erkenntnisse werden die Hypothesen zur Wirkungsweise von personalisierten Internetauftritten formuliert. Abschließend werden Implikationen für weitere Forschungsmöglichkeiten im Bereich personalisierter Internetauftritte gegeben und Handlungsempfehlungen für die Praxis abgeleitet. Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition Springer-Verlag Das Lehrbuch gibt umfassend Einblick in das Spektrum elektronischer Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme im

Tourismus. Aktuelle Trends im E-Tourismus sowie wesentliche Systeme der Reisemittler (besonders globale Distributionssysteme) und Leistungsanbieter (Flug, Hotel etc.) werden behandelt. Ein weitreichender Überblick zum Yield-, Vertriebskanal- und Kundenbeziehungsmanagement stellt wesentliche Prozesse ausführlich dar. *Big Data* Logos Verlag Berlin GmbH Zur erfolgreichen Umsetzung des ganzheitlichen Managementkonzepts Customer Relationship Management (CRM) müssen insbesondere Mitarbeiter von Projektbeginn an berücksichtigt werden. Anne Katrin Neumann bietet eine strukturierte Darstellung der zentralen Inhalte, Ziele und Erfolgsvoraussetzungen von CRM. Am Beispiel der Finanzdienstleistungsbranche analysiert sie, welche Aufgaben Mitarbeiter im Front- und Back-Office erfüllen müssen, damit ein CRM-Projekt gelingt. Die Autorin stellt fest, dass Mitarbeiter an der Kundenschnittstelle zur Erfüllung der im CRM geforderten Kundenorientierung Interaktionsarbeit leisten.

Damit Unternehmen das Potenzial von CRM realisieren können, werden Maßnahmen zum optimalen Umgang mit Mitarbeitern im CRM entwickelt. Zusätzlich werden relevante Mitarbeiterkompetenzen abgeleitet.

Grundlagen des CRM

Diplomica Verlag
Julika Göb untersucht, wie Marketingdaten und -informationen in die Entscheidungsprozesse des Marketing zu integrieren sind, damit sie Marketingentscheidern als Entscheidungshilfe dienen können. Eine tragende Rolle kommt dabei der Marktforschung zu, die sich dieser Herausforderung stellen muss.

Fuzzy Classification of Online Customers IGI

Global

Die Antwort auf den zunehmenden Bedeutungsverlust des Personalmanagements ist dessen Professionalisierung. Stefan Döring schlägt dafür eine Brücke zwischen Theorie und Praxis, in dem ein Bezugsrahmen für erfolgreiches Dienstleistungsmanagement entwickelt und auf die Praxis der Personalgewinnung in Organisationen

übertragen wird. Der Autor zeigt, wie erfolgreiches Management von Personalarbeit als Dienstleistung funktioniert und stellt wissenschaftlich fundierte Methoden und Instrumente für professionelle Personalarbeit zur Verfügung.

Kundenorientierung

Springer

The rise of internet and social media usage in the past couple of decades has presented a very useful tool for many different industries and fields to utilize. With much of the world's population writing their opinions on various products and services in public online forums, industries can collect this data through various computational tools and methods. These tools and methods, however, are still being perfected in both collection and implementation.

Sentiment analysis can be used for many different industries and for many different purposes, which could better business performance and even society. The Research Anthology on Implementing Sentiment Analysis Across Multiple Disciplines discusses the tools, methodologies,

applications, and implementation of sentiment analysis across various disciplines and industries such as the pharmaceutical industry, government, and the tourism industry. It further presents emerging technologies and developments within the field of sentiment analysis and opinion mining.

Covering topics such as electronic word of mouth (eWOM), public security, and user similarity, this major reference work is a comprehensive resource for computer scientists, IT professionals, AI scientists, business leaders and managers, marketers, advertising agencies, public administrators, government officials, university administrators, libraries, students and faculty of higher education, researchers, and academicians.

Commodity Marketing

Springer-Verlag

Nur jedes zehnte deutsche Unternehmen nutzt derzeit die Möglichkeiten von CRM, dies ergab eine Studie des CRM-Expertenrats. Der anfängliche CRM-Boom ist zu Anfang des 21. Jahrhunderts deutlich abgeflacht. Einer der Hauptgründe für das Abflauen der CRM-

Euphorie liegt in der anhaltend großen Zahl gescheiterter Projekte. Hauptgrund für diese Fehlschläge ist die unzureichende Ganzheitlichkeit der CRM-Betrachtung. CRM ist eine kundenfokussierte Unternehmensstrategie und keine Software. Oftmals wird CRM mit der bloßen Einführung von Softwaretools gleichgesetzt, welche einfach in die vorhandenen Unternehmensstrukturen hineingesetzt werden. Ein Erfolg des CRM ist in diesen Unternehmen nun nicht mehr steuerbar, sondern stark vom Zufall abhängig. Daher setzt sich diese Arbeit zum Ziel, die wichtigsten Erfolgsfaktoren des CRM, vor dem Hintergrund einer ganzheitlichen Perspektive, aus wissenschaftlichen Studien und relevanter Literatur herauszuarbeiten und zu sammeln. Diese Faktoren sollen dann als Orientierungshilfe für Unternehmen dienen, welche CRM bei sich implementieren möchten. Da diese Faktoren von Natur aus schwer messbar sind und nur selten im Zusammenhang mit monetären Größen stehen, ist eine direkte

Erfolgswirkung nicht immer unmittelbar erkennbar. Daher soll ergänzend zu den Erfolgsfaktoren ein Indikatorenmodell erarbeitet werden, um die einzelnen Faktoren operationalisierbar und messbar zu machen.

Targeting Using Augmented Data in Database Marketing
Springer-Verlag

Was ist das Erfolgsrezept, um erfolgreich neue Kunden zu gewinnen? Diese Frage beschäftigt alle, die sich in einem Unternehmen um Kunden und Kundenbeziehungen Gedanken machen. Erfolgreiches Werben um Neukunden beginnt jedoch sicherlich bei der Analyse des Absatzpotenzials und der Erforschung des Kaufverhaltens der potenziellen Kunden (= Interessenten). Dies setzt das Vorhandensein umfangreicher, spezifischer und individualisierter Kundendaten voraus. Was im Einzelhandel durch stichprobenartige und nur sporadisch durchgeführte Kundenbefragungen erst nach einem getriggerten Geschäftsabschluss ermittelt werden kann, lässt sich im Internet-Zeitalter bereits im Vorfeld durch Zugriffs-

und Nutzungsprotokolle erfassen und andere technische Unterstützung analysieren. Die aus der Analyse abgeleiteten Nutzungsprofile gilt es systematisch zu bearbeiten und daraus Maßnahmen zu entwickeln, die darauf abzielen, Aufmerksamkeit und Interesse bei potenziellen Kunden zu wecken und diese zur Aufnahme einer Geschäftsbeziehung oder zu einem Geschäftsabschluss zu bewegen. Den systematischen Umgang mit den gewonnenen Daten stellt das Interessentenmanagement dar und ist wichtiger Bestandteil eines eCRM-Systems. Die Zielsetzung dieser Arbeit besteht darin, die erfolgskritischen Aspekte der Interessenten- und Neukundengewinnung am Beispiel der fiktiven Business AG zu untersuchen und diese anhand bestehender eCRM-Systeme in eine eCRM-Konzeption einfließen zu lassen. Dazu habe ich mich zunächst grundsätzlich mit dem Thema Interessenten- und Neukundengewinnung beschäftigt und im weiteren Verlauf die Chancen, die sich für die Business AG aus den

Auswertungsmöglichkeiten ihrer Webseite ergeben, dargestellt. Daran schließt sich ein aktueller Überblick über die am Markt erhältlichen und für die Business AG in Frage kommenden eCRM-Systeme an. Im Anschluss werden die von der Business AG gestellten Anforderungen mit den Möglichkeiten der untersuchten eCRM-Systeme verglichen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse

Web 2.0-Anwendungen zur Informationsgewinnung von Unternehmen
Springer Nature
Relationship management, key account management and customer orientation are concepts that have become central to modern management. This book is dedicated to illustrating and reflecting these concepts and their corresponding methods and instruments in depth. It is thereby focused on the business-to-business realm and equally applies to traditional industrial markets as well as to business-to-business services. Contributions include state-of-the-art research results that are conveyed in a comprehensible fashion to be applied in both executive education as

well as in practice.
Impacts of Customer Relationship Management on Development of Corporations Springer-Verlag

The papers presented in this volume advance the state-of-the-art research on social media and Web 2.0, electronic tourism marketing, website development and evaluation, search engine marketing and optimization, IT adoption and diffusion, virtual travel communities, mobile technologies, management information systems in tourism, eLearning, recommender systems for tourism businesses and destinations and electronic distribution for hospitality and travel products. This book covers the most significant topics contributed by prominent scholars from around the world and is suitable for both academics and practitioners who are interested in the latest developments in e-Tourism.

Enterprise Information Systems Springer Nature
 This book contains revised papers from the 17th International Conference on Enterprise Information Systems, ICEIS 2015, held in Barcelona, Spain, in

April 2015. The 31 papers presented in this volume were carefully reviewed and selected from a total of 327 submissions. The book also contains one full-paper invited talk. The selected papers reflect state-of-the-art research that is oriented toward real-world applications and highlight the benefits of information systems and technology for industry and services. They are organized in topical sections on databases and information systems integration, artificial intelligence and decision support systems, information systems analysis and specification, software agents and Internet computing, human-computer interaction, and enterprise architecture.
Advanced Methodologies and Technologies in Network Architecture, Mobile Computing, and Data Analytics Springer-Verlag

The overall goal of this book is the identification of design features and prerequisites for a CRM-system, which contribute to an increase in sales and the overall development of corporations in the packaging industry. Particular attention is paid

to the identification of requirements of a CRM-system that contribute to an increase in the acceptance of the users.
Erfolgsfaktoren von Customer Relationship Management Strategien in Unternehmen Routledge
 Sowohl aus praktischer als auch aus theoretischer Perspektive ergibt sich im (marktorientierten) strategischen Krankenhauscontrolling eine Forschungslücke. Mit dieser Arbeit wird ein Beitrag zur Schließung dieser Lücke geleistet. Die generelle Zielsetzung besteht darin, den Stand und die Perspektiven eines marktorientierten strategischen Krankenhauscontrollings aufzuzeigen. Um dieses Ziel zu erreichen, erfolgt sowohl eine theoretische als auch eine empirische Untersuchung dieses Themengebietes aus funktionellem, instrumentellem sowie institutionellem Blickwinkel. Die Herausforderung besteht für Krankenhäuser darin, ein professionelles marktorientiertes strategisches Controlling zu implementieren, das seiner Unterstützungsfunktion bei der Schaffung/Sicherstellung zukünftiger

Erfolgspotentiale gerecht werden kann. Dafür sind geeignete Instrumente auszuwählen und einzusetzen. Deshalb werden Aufgaben und Instrumente eines marktorientierten strategischen Krankenhauscontrollings näher dargestellt, das wichtige Informationen zu Chancen und Risiken aus den Umsystemen (v.a. dem Markt) generiert und analysiert, um das Krankenhaus (und seine Potentiale) langfristig marktorientiert auszurichten. Der Schwerpunkt liegt auf dem bisher im Krankenhaus eher unterrepräsentierten strategischen Bereich. [Research Anthology on Implementing Sentiment Analysis Across Multiple Disciplines](#) Springer Science & Business Media

This book brings together cutting edge research and applications of social media and related technologies, their uses by consumers and businesses in travel, tourism and hospitality. The first section addresses topical issues related to how social media influence the operations and strategies of tourism firms and help

them enhance tourism experiences: open innovation, crowdsourcing, service-dominant logic, value co-creation, value co-destruction and augmented reality. The second section of the book looks at new applications of social media for marketing purposes in a variety of tourism-related sectors, addressing crowd-sourced campaigns, customer engagement and influencer marketing. The third section uses case studies and new methodologies to analyze travel review posting and consumption behaviors as well as the impact of social media on traveller perceptions and attitudes, with a focus on collaborative consumption and sharing economy accommodation. Finally, the fourth section focuses on hot topics and issues related to the analysis, interpretation and use of online information and user-generated content for deriving business intelligence and enhancing business decision-making. Written by an international body of well-known researchers, this book uses fresh theoretical

lenses, perspectives and methodological approaches to look at the practical implications of social media for tourism suppliers, destinations, tourism policy makers and researchers alike. For these reasons, it will be a valuable resource for students, managers and academics with an interest in information and communication technologies, marketing for tourism and hospitality, and travel and transportation management.

[CRM mit Mitarbeitern erfolgreich umsetzen](#) Springer Nature

This book constitutes the refereed proceedings of the 6th International Conference on Advances in Visual Informatics, IVIC 2019, held in Bangi, Malaysia, in November 2019. The 65 papers presented were carefully reviewed and selected from 130 submissions. The papers are organized into the following topics: Visualization and Digital Innovation for Society 5.0; Engineering and Digital Innovation for Society 5.0; Cyber Security and Digital Innovation for Society 5.0; and Social Informatics and Application for Society 5.0.

Best Sellers - Books :

- [America's Cultural Revolution: How The Radical Left Conquered Everything By Christopher F. Rufo](#)
- [It Ends With Us: A Novel \(1\)](#)
- [House Of Flame And Shadow \(crescent City, 3\) By Sarah J. Maas](#)
- [Dark Future: Uncovering The Great Reset's Terrifying Next Phase \(the Great Reset Series\)](#)
- [The 5 Love Languages: The Secret To Love That Lasts](#)
- [Twisted Love \(twisted, 1\)](#)
- [Baking Yesteryear: The Best Recipes From The 1900s To The 1980s](#)
- [My First Learn-to-write Workbook: Practice For Kids With Pen Control, Line Tracing, Letters, And More! By Crystal Radke](#)
- [Saved: A War Reporter's Mission To Make It Home By Benjamin Hall](#)
- [To Kill A Mockingbird By Harper Lee](#)