

JÖRG LINK
Herausgeber

Customer Relationship Management

Erfolgreiche Kundenbeziehungen
durch integrierte
Informationssysteme



Springer

**Customer Relationship Management Erfolgreiche
Kundenbeziehungen Durch Integrierte
Informationssysteme German Edition**

Jörg Link



Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition:

Customer Relationship Management Jörg Link, 2013-03-11 Customer Relationship Management CRM hat die Herstellung erfolgreicher Kundenbeziehungen zum Gegenstand. Hier existieren durch die kundenorientierten Informationssysteme Database Marketing Computer Aided Selling Online Marketing ganz neue Möglichkeiten. Kundenwünsche individueller, wirkungsvoller, schneller und kostengünstiger zu erfassen, zu bearbeiten und dadurch Kunden langfristig zu binden. Um dem Kunden zahlreiche Kommunikationskanäle und hohe Reaktionsgeschwindigkeit bieten zu können, muss ein hoher Integrationsgrad innerhalb und zwischen Front Office Bereich und Back Office Bereich realisiert werden. CRM wird oft als IT Thema und als Modethema verstanden. Das Buch erläutert u.a. warum dies zum Scheitern von CRM Projekten oder zumindest zu Enttäuschungen führen kann. Führungskräfte aus internationalen Großunternehmen schildern ihre Erkenntnisse und Erfahrungen ebenso wie auf dem CRM Gebiet forschende Wissenschaftler.

Strategische Unternehmensberatung Dietmar Fink, 2009 Das Know how der Berater Strategien für mehr Erfolg. In wirtschaftlich turbulenten Zeiten werden hohe Anforderungen an die Beratungsbranche gestellt. Die strategische Unternehmensberatung nimmt dabei eine herausragende Stellung ein. Das Lehrbuch stellt die in Wissenschaft und Praxis gängigen psychologischen, analytischen und holistischen Problemlösungsverfahren umfassend dar. Die Rolle von Unternehmensberatern im Rahmen der Kreation und Verbreitung von Managementmoden wird anschaulich beleuchtet. Darauf aufbauend werden die in der Beratungsbranche eingesetzten Konzepte, Methoden und Ansätze zur Entwicklung wertorientierter Strategien auf Unternehmensebene sowie von Wettbewerbsstrategien auf Geschäftsbereichsebene detailliert beschrieben. Für Praxis und Studium. Dieses Lehrbuch richtet sich an Studierende, Dozenten und Wissenschaftler die sich mit dem Gegenstand der Unternehmensberatung befassen. Für Praktiker auf Berater oder Klientenseite ist das Werk ein unverzichtbares Nachschlagewerk.

Customer Relationship Management Reinhold Rapp, 2005 Long description CRM ist ein populäres Tool zum Management der vorhandenen Kunden und dient gleichzeitig als optimale Plattform zur gezielten Kundenakquisition. Reinhold Rapp liefert in diesem Buch zahlreiche Best Practice Beispiele, erläutert was funktioniert und was nicht und destilliert die Faktoren für erfolgreiche CRM Prozesse heraus. Er zeigt dass das Management der Kundenbeziehungen zum zentralen Ausgangspunkt der Unternehmensführung werden muss.

Customer Relationship Management (CRM) Hanna Krieger, 2006-05-24 Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Note 1,7 Wirtschaftsakademie Schleswig Holstein Berufsakademie Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre Veranstaltung Marketing Sprache Deutsch Abstract CRM ist eine kundenorientierte Unternehmensphilosophie die mit Hilfe moderner Informations- und Kommunikationstechnologien versucht auf lange Sicht profitable Kundenbeziehungen durch ganzheitliche und differenzierte Marketing Vertriebs- und Servicekonzepte aufzubauen und zu festigen. Das CRM umfasst grundsätzlich zwei zentrale Bereiche. Die Zielerreichung

erfordert Wissen über Kundenprofile und Prozesse die vom Kunden in seiner Arbeitswelt seiner Freizeit etc durchlaufen werden Die Bedürfnisse des Kunden sollen exzellent befriedigt werden und dies möglichst sein Leben lang CRM erfordert also den Einsatz von integrierten Informationssystemen Nur das Zusammenführen aller kundenbezogenen Informationen durch die Synchronisation aller Kommunikationskanäle erlaubt eine ganzheitliche Abbildung des Kunden und ermöglicht somit eine differenzierte Kundenansprache Ferner verbirgt sich hinter der CRM Idee weitaus mehr als nur eine reine Softwarelösung CRM steht gleichsam für eine neue Unternehmensstrategie Um erfolgreiches CRM zu betreiben ist die Ausrichtung sämtlicher Geschäftsprozesse und Verantwortlichkeiten auf den Kunden hin erforderlich Zusammenfassend kann gesagt werden dass es sich bei CRM nicht um eine Methode oder Technologie handelt sondern um eine Kombination aus beidem Die Technologie dient immer nur dazu die Methode umzusetzen CRM als Methode setzt allerdings auch einiges voraus denn das Unternehmen sollte eine Vision haben bei der der Kunde im Vordergrund steht

IT-Systeme für Customer Relationship Management Tobias Schmitz, 2006-01-13 Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Informatik Wirtschaftsinformatik Note bestanden Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach Veranstaltung Betriebswirtschaftliches externes Studium mit Präsenzphase Sprache Deutsch Abstract Verschiefter Wettbewerb in globalen Märkten und Umsatzrückgänge bei Unternehmen die sich ausschließlich auf klassisches Massenmarketing verlassen waren der Ausgangspunkt für Überlegungen wie Geschäftserfolge langfristig durch verbesserte Kundenbeziehungen gesichert werden können Der steigende Druck in kurzen Zeiträumen immer wieder marktfähige vom Kunden akzeptierte Produkte zu liefern ist so stark gestiegen dass Unternehmen sich daher unter Zuhilfenahme von modernen IT Systemen dazu veranlasst sehen Kunden möglichst bedarfsgerecht und personalisiert anzusprechen um auf diese Weise eine langfristige und profitable Stellung am Markt zu erzielen Es muss das vorrangige Ziel eines Unternehmens sein ein integratives Gesamtkonzept zu entwickeln in dem der gesamtheitliche Blick im Mittelpunkt steht Das Konzept muss demzufolge unter anderem eine Marktsegmentierung eine Konsolidierung der Marktleistungen aufgrund der Kundenbedürfnisse eine Neuausrichtung der Marketing Verkaufs und Serviceprozesse aufgrund der Kundenprozesse und die integrierte Einführung neuer IT Systeme beinhalten Obwohl die Beziehungen zu seinen Kunden seit jeher für jedes Unternehmen als existenziell angesehen werden können hat sich der Stellenwert der Kundenbeziehungen aufgrund des gestiegenen Innovationsdrucks bzw eines intensiveren Wettbewerbs deutlich verändert Während man sich früher die Frage stellen musste wie man in möglichst kurzer Zeit viele Produkte zu einem möglichst hohen Preis absetzen konnte hat man heutzutage das Problem dass die Märkte für viele Produkte und Dienstleistungen gesättigt sind Durch eine zunehmende Liberalisierung der Märkte im Zuge der Globalisierung sowie durch neue Bezugsquellen wie das Internet sind zudem eine zunehmende Individualisierung des Kundenverhaltens und eine damit einhergehende abnehmende Kundenloyalität zu beobachten

Customer-Relationship-Management (CRM) E. Krug, 2002-05-07 Die Pflege von Kundenbeziehungen mit dem Ziel einer andauernden Kundenbindung Customer Relationship Management ist heute ein

wichtiger Bestandteil des Marketing 1 Ein gut funktionierendes Customer Relationship Management CRM bedarf einer sorgfältigen Planungsphase in der die Businessstrategie eindeutig definiert wird und an deren Ende die Wahl eines geeigneten unterst zenden Softwareprodukts steht 2 Die zunehmende Vielfalt unterst zender Softwareprodukte die Sch tzung liegt bei ca 150 Anbietern im letzten Jahr erschwert deren Auswahl 2 Obwohl CRM in europ ischen Unternehmen noch z gernd Einzug h lt gewinnt dieses Thema deutlich an strategischer Bedeutung 2 3

Customer Relationship Management Phillip Mayer, 2011-05-14 Essay aus dem Jahr 2008 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Ekonomick univerzita v Bratislave Sprache Deutsch Abstract Kurzfassung Customer Relationship Management beschr nkt sich h ufig auf integrierte Softwaresysteml ungen deren Hauptaugenmerk dem verarbeiten und verwalten von Kundendaten gilt Die hohe Anzahl gescheiterter CRM Projekte haben vor diesem Hintergrund jedoch verdeutlicht dass sich die Herausforderungen eines Kundenbindungsmanagements nicht allein durch den Einsatz einer Software l sen lassen Als Postulat muss daher gelten dass wieder verst rkt auf das wesentlichste einer funktionierenden und erfolgreichen Kundenbeziehung eingegangen wird dem Kunden selbst Abstract Customer Relationship Management is often limited to an integrated software solutions system with a main focus on handling and administration of customer data The high amount of failed CRM projects has shown that the challenge of a Customer Relationship Management is not solely solvable by using software solutions Therefore today s attempts have to respond intensified to the basics of a well and successful running customer relationship the customer himself

Customer Relationship Management bei Kreditinstituten Philipp Eisele, 2002-10-07 Inhaltsangabe Einleitung Die Entwicklung von der modernen Industriegesellschaft zur Informations und Dienstleistungsgesellschaft setzt die Finanzbranche unter zunehmenden Handlungsdruck ein radikaler Wandel ist die Folge Neue Herausforderungen entstehen einerseits durch vorhandenen Kostendruck andererseits durch wachsenden Wettbewerbsdruck Zahlreiche branchenfremde Unternehmen versuchen in Gesch ftsfeldern Fu zu fassen in denen Banken bisher konkurrenzlos waren Eine verst rkte Rivalit t ruft einen Stagnations und Verdr ngungswettbewerb hervor Zudem ist die Abnahme der Kundenloyalit t nicht zu bersehen Ziel der Kreditinstitute muss es sein auf die Ver nderungen von Markt und Kundenverhalten mit einer bedingungslosen Kundenorientierung zu reagieren d h einer Ausrichtung am Kundennutzen Customer Relationship Management geh rt in diesem Zusammenhang zu den am h ufigsten verwendeten Schlagworten CRM im Sinne meiner Diplomarbeit bezeichnet eine Unternehmensphilosophie die den Kunden in den Mittelpunkt der Gesch ftsprozesse stellt und mit der Unterst zung ad quater Softwarel ungen das Ziel verfolgt profitable Kundenbeziehungen zu schaffen zu entwickeln und zu erhalten Die Umsetzung von CRM erfordert eine Neuausrichtung des gesamten Kreditinstituts an der Philosophie der Kundenorientierung Die strategische organisatorische und kulturelle Ausrichtung von Kreditinstituten muss sich vor dem Hintergrund der Marktver nderungen an den Kundenbed rfnissen und prozessen orientieren Die Gewinnung und Nutzung des Wissens ber den Kunden wird zum strategischen Wettbewerbsfaktor bei Kreditinstituten CRM

bietet die Möglichkeit ad quat auf die aktuellen Herausforderung zu reagieren und betriebswirtschaftliche Vorteile zu realisieren Inhaltsverzeichnis Inhaltsverzeichnis InhaltsverzeichnisI Abk rzungsverzeichnisII Abbildungsverzeichnis TabellenverzeichnisIII 1 Problemstellung und Zielsetzung der Diplomarbeit1 2 Customer Relationship Management bei Kreditinstituten2 2 1Begriff und Inhalte des Customer Relationship Managements2 2 2Ausgangssituation5 2 2 1Bedrohung durch neue Konkurrenten5 2 2 2Abnehmende Kundenloyalit t6 2 3Kundenorientierung7 2 3 1Vom Produktmarketing zum Beziehungsmarketing7 2 3 2Prozessorientierung9 2 3 3Wertsch pfungsnetzwerke10 2 3 4Finanzportale11 2 4Informationsgewinnung und verarbeitung13 2 4 1Kundeninformationen als Schl ssel eines erfolgreichen Customer Relationship

Customer Relationship Management - Der Customer Lifetime Value Hendrik Schneider,2011-11-24 Studienarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Note 1 7 FOM Essen Hochschule f r Oekonomie Management gemeinn tzige GmbH Hochschulleitung Essen fr her Fachhochschule Sprache Deutsch Abstract Das zur ckliegende Jahrzehnt war von immer schneller und h ufiger auftretenden Ver nderungen gepr gt Die zunehmende Komplexit t bestehender sowie die Entstehung neuer M rkte das Voranschreiten der Internationalisierung durch die Globalisierung die rasende Entwicklung neuer Technologien und die immer st rkere Individualisierung des Kundenverhaltens stellen Unternehmen vor neue unbekannte und daher schwierige Herausforderungen Diese und andere Entwicklungen f hren im Ergebnis zur Notwendigkeit einer zunehmend systematisierten wert und kundenorientierten Unternehmensf hrung Diese Art der Unternehmensf hrung entwickelt sich zunehmend zu einem wertorientierten Kundenmanagement dem sog Customer Relationship Management Im Rahmen dieser Entwicklung entstand f r den Unternehmensbereich Marketing die Aufgabe die Kundengruppen eines Unternehmens und deren Wertsteigerungspotenziale zu identifizieren Hieraus soll im Anschluss eine langfristige und zukunftsbezogene Ausrichtung der Marketing und Vertriebsaktivit ten auf Kundengruppen mit hohem Ertragspotenzial erfolgen Nach herrschender Meinung ist der Erhalt einer Kundenbeziehung wesentlich kostenund ressourcenschonender als die Gewinnung neuer bzw die R ckgewinnung ehemaliger Kunden Aus Sicht des Customer Relationship Management steht die Kundenbeziehung bzw deren Pflege daher an erster Stelle Die zu entwickelnden Ma nahmen umfassen nicht nur Aktivit ten zur Akquise neuer bzw R ckgewinnung verlorener Kunden Sie umfassen insbesondere Ma nahmen zum Aufbau und zur Entwicklung intensiver und langfristiger Kundenbeziehungen Zur Entwicklung und berpr fung der jeweiligen Aktivit ten m ssen Unternehmen allerdings zun chst ermitteln bei welchen Kundengruppen sich aufwendigere oder weniger aufwendige Aktionen lohnen Der prim re Fokus des Customer Relationship Managements liegt daher u a auf der Betrachtung und Bewertung der Kundenwerte f r das Unternehmen ber die gesamte Dauer der Kundenbeziehungen Customer Lifetime Systeme zur Umsetzung des Customer Relationship Managements Nico Koßmann,2005-05-30 Fachbuch aus dem Jahr 2005 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Note 2 3 Deutsche Versicherungsakademie GmbH Sprache Deutsch Abstract Das Customer

Relationship Management CRM ermöglicht es Unternehmen Kundenbeziehungen individueller und profitabler zu gestalten. Das Ziel sind Wettbewerbsvorteile. In Hinblick auf zunehmend anspruchsvollerer und wechselbereiter Kunden tritt die Differenzierung der Produkte und Dienstleistungen immer mehr in den Hintergrund. Stattdessen stellt das Management der Kundenbeziehungen den zentralen Erfolgsfaktor des Unternehmens dar. Damit CRM erfolgreich zur Steigerung des Unternehmenserfolgs umgesetzt werden kann, sind nach der Formulierung der strategischen Ziele und der dazu notwendigen kundenorientierten Geschäftsprozesse CRM Systeme erforderlich. CRM Systeme sollen die Mitarbeiter bei der Abwicklung kundenbezogener Geschäftsprozesse unterstützen. Diese Abschlussarbeit beschreibt, was unter einem CRM System zu verstehen ist und welche Systemklassen bei der Umsetzung unterschieden werden. Von besonderer Bedeutung sind integrative CRM Systeme. Dem Leser werden Bausteine einer integrativen CRM Lösung vorgestellt. Hierbei wird gezeigt, wie die einzelnen Bausteine die Mitarbeiter bei der Abwicklung der kundenbezogenen Geschäftsprozesse unterstützen. Bei der Auswahl eines geeigneten CRM Systems wird ein Unternehmen vor eine Vielzahl von Handlungsalternativen gestellt. Es werden daher Handlungsalternativen Lösungsvarianten beschrieben. Da die meisten Unternehmen sich für den Bezug einer Standardlösung bzw. Branchenlösung entscheiden, statt der Erstellung einer eigenen individuellen Lösung, wird ein praxisbezogenes Vorgehen und Entscheidungsmodell zur Auswahl eines Systemanbieters thematisiert. Im Kapitel 2 wird dargestellt, was unter einem CRM System zu verstehen ist, wie sich diese von anderen Unternehmenssystemen abgrenzen lassen und das zwischen selektiven und integrierten CRM Systemen zu unterscheiden ist. Kapitel 3 beschreibt informationstechnologische Bausteine zur Sammlung und Auswertung kundenbezogener Daten, funktionale Bausteine zur Steuerung und Unterstützung der Unternehmensbereiche Marketing, Vertrieb und Service sowie kommunikative Bausteine zur Unterstützung des medialen Dialogs mit dem Kunden. Das Kapitel 4 befasst sich mit der Auswahl von CRM Systemen. Unterschieden wird dabei zwischen Standardlösungen, Branchenlösungen und individuellen Lösungen.

Customer Relationship Management - ein umsetzbares Konzept für den Mittelstand? Michael O. Schmutzer, Steffen Schwarz, Susanne Engelhardt, 2002

Customer Relationship Management Für Automobilzulieferer Markus Bussmann, 2005-05

Diplomarbeit aus dem Jahr 2002 im Fachbereich BWL Marketing Unternehmenskommunikation CRM Marktforschung Social Media, Note 1,3 Fachhochschule Köln, Wirtschaftssprache Deutsch, Abstract, Inhaltsangabe, Einleitung. In den Führungsetagen der Unternehmen wird heute Customer Relationship Management CRM als neue Heilslehre diskutiert. Die Zauberformel, die die Kundenbeziehungen revolutionieren wird. Die Ziele, die Unternehmen mit CRM verfolgen, sind allerdings vielgestaltig. Kann CRM die Erwartungen erfüllen? Die Hoffnungen reichen von der Verbesserung der Profitabilität bis hin zu erhöhter Mitarbeiterzufriedenheit und bewegen sich somit ausserhalb des Rahmens üblicher CRM Definitionen. CRM bezeichnet die ganzheitliche Betrachtung der Beziehungen eines Unternehmens zu seinen Kunden. Sämtliche Marketing Mix Entscheidungen sind integriert zu betrachten und konsequent an den Kundenbedürfnissen auszurichten. Zentraler

Erfolgsfaktor für ein CRM System ist die Kundenzufriedenheit deren Erhöhung standiges Ziel von CRM ist CRM ist ausser Frage ein Trendthema wie alleine schon 1 490 000 relevante Hits für das Jahr 2002 bei der Internetsuchmaschine Google unterstreichen Ein Überblick über alle Facetten des Themas scheint dabei nahezu unmöglich Zunächst einmal dass belegen die Ziele von CRM Projekten gibt es grosse Erwartungen der Beteiligten an CRM und diese werden durch viele CRM Softwareanbieter undifferenziert unterstützt Marktführer Siebel behauptet auf seiner Webseite dass die Produktivität der Mitarbeiter um 20% erhöht wird die Kundenzufriedenheit ebenfalls um 20% steigt und schon nach 10 Monaten ein positiver ROI erreicht wird Der Markt für CRM Software erreicht im Jahr 2003 nicht allein wegen dieser Versprechungen voraussichtlich eine Umsatzgrosse von 24 Milliarden Die META Group geht für 2004 gar von 67 4 Milliarden aus Damit wurde der Markt jedes Jahr um 50% zulegen Bereits installierte Anwendungen bei Unternehmen die in Konsumgütermarkt

Closed-Loop-Konzepte im Bereich Customer Relationship Management Florian Lüchinger, 2002-08-15 Studienarbeit aus dem Jahr 2002 im Fachbereich Informatik Wirtschaftsinformatik Note 6 entspr deutscher Note 1 Universität Bern Institut für Wirtschaftsinformatik Veranstaltung Proseminar Informationslogistik Sprache Deutsch Abstract Wer als erfolgreiches Unternehmen im heutigen Wettbewerb bestehen will muss die Flexibilität haben schnell auf die ständig wechselnden Kundenbedürfnisse eingehen und den Kunden beim Kaufprozess begleiten zu können Die Notwendigkeit einer verstärkten Kundenfokussierung geht klar aus einer von MSM Research durchgeführten Studie bei den 500 grössten Schweizer Unternehmen hervor Dadurch dass Produkte immer vergleichbarer werden sie unter Umständen nur wenige Mausklicks voneinander entfernt liegen und die Informationsmöglichkeiten dank Internet generell stark angestiegen sind werden auch die Kunden anspruchsvoller Aus Kundensicht geht es nicht mehr darum einfach nur Produkte zu erwerben Sondern Kunden wollen heutzutage und in Zukunft mehr und mehr ein individuelles Problem gelöst bekommen It costs much more to acquire a customer than it does to keep a customer That is why a sale to a customer is good but a relationship with a customer is great Ein Beispiel aus der Old Economy zeigt Sobald sich ein Kunde vermehrt im selben Geschäft aufhält ist es naheliegend dass das Verkaufspersonal versucht ihn kennenzulernen Seine Vorlieben sein Budget und andere wertvolle Informationen kennen für das Personal von Vorteil für einen Verkauf sein Das Sammeln Aufbereiten und Verwenden von Kundeninformationen aber auch von implizitem Wissen z.B. von Mitarbeitern über Kunden wird so zum strategischen Erfolgsfaktor Bei kleinen und allenfalls mittleren Unternehmen bei denen der persönliche Kontakt zu Kunden aufgrund der kleinen Anzahl im Mittelpunkt der Arbeit steht stellt dies keine besondere Herausforderung dar Bei Grossunternehmen jedoch die global international tätig sind und womöglich tausende von Kunden haben ist es schlichtweg nicht möglich jeden Kunden persönlich zu kennen Hier braucht es elektronische Herstellung und Erfassungsmöglichkeiten von Kundenbeziehungen mit Hilfe der Informationstechnik Customer Relationship Management CRM nimmt sich dieser Aufgabe der Herstellung Aufrechterhaltung und Nutzung erfolgreicher Kundenbeziehungen an Um Kundenwünsche individueller wirkungsvoller schneller und kosteng

nstiger zu erfassen werden auch neuere kundenorientierte Informationssysteme KIS wie Electronic Customer Relationship Management eCRM eingesetzt

IT-Qualitätsmanagement bei Customer Relationship Management Agnieszka Bolka-Müller, 2018-01-04 Diplomarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Leibniz Akademie Hannover Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Hannover Sprache Deutsch Abstract Diese Diplomarbeit beschäftigt sich konkret mit Qualitätsmanagement im IT-Bereich wobei speziell auf Customer Relationship Management eingegangen wird. Am Anfang werden die Grundlagen des IT-Qualitätsmanagement erläutert. Die Ziele und Problemfelder von IT-Qualitätsmanagement werden analysiert. Im dritten Kapitel wird Grundverständnis und Ziele von Customer Relationship Management und Problemfelder vorgestellt. Der Hauptteil dieser Arbeit zeigt die Gegenüberstellung von IT-QM und Customer Relationship Management welche bei einer praxisgerechten Einführung sehr hilfreich und nützlich sein kann. Der Ausgangspunkt dieser Betrachtung bezieht sich auf eine Organisation mit eingeführten Data Base Marketing Kundenbindung und CRM Systeme welche sich zu Nutzen machen möchten. Als Endergebnis wird ein Konzept dargestellt das nutzbringende Prozesse wie Data Mining OLAP Data Warehouse von CRM und iCRM bei bestehenden IT-Qualitätsmanagement einbringen kann. Danach wird ein Business Intelligence erörtert. Das Thema beschränkt sich auf das IT-Qualitätsmanagement bei CRM. Diese Arbeit gliedert sich in zwei Hauptteile. Der erste Teil widmet sich der theoretischen Abhandlung von Qualitätsmanagement in der IT und der Beschreibung konkreter Aufgaben der IT-Bereiche. Der zweite Teil beschäftigt sich mit der theoretischen Abhandlung von Customer Relationship Management und der Beschreibung konkreter Prozesse der CRM. Darlegung und Gegenüberstellung möglicher Vor- bzw. Nachteilen und Erfahrungswerten die zur Unterstützung einer möglichen Einführung von IT-Prozessen in IT-Organisationen führen kann. Ein Konzept Business Intelligence mit Qualitätsmanagement zur Vorgehensweise einer IT-Einführung rundet diese Arbeit ab. Abschließend wird ein Fazit für Business Intelligence mit Qualitätsmanagement und eine Zusammenfassung der CRM-Regeln für ein optimales Kundenwissen dargelegt.

Customer Relationship Management im Business-to-Consumer-Bereich des E-Commerce Martin Kern, 2001-10-23 Diplomarbeit aus dem Jahr 1999 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Note sehr gut Eberhard Karls Universität Tübingen Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik Sprache Deutsch Abstract 1 Einleitung 1.1 Problemstellung Die Begriffe Internet und Electronic Commerce EC sind in letzter Zeit in aller Munde. Insbesondere dem elektronischen Handel also dem Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen über das Internet werden immense Wachstumsraten vorausgesagt. Laut der US-amerikanischen Studie eGlobal Report die auf Analysen von mehreren renommierten Marktforschungsinstituten beruht liegt Deutschland beim elektronischen Handel momentan auf Platz zwei hinter den USA. Diese Studie des Marktforschungsunternehmens eMarketer 1 gibt als Volumen für den deutschen Online-Handel für 1998 1,5 Milliarden US-Dollar an und schätzt das Volumen für 1999 auf 4,4 Milliarden US-Dollar. Weltweit wird ein Anstieg der EC-Umsätze von aktuell 98,4 Milliarden US-Dollar auf 1,2 Billionen US-Dollar im Jahr 2003 prognostiziert. Insbesondere auch bei

Privatpersonen wird der Online Einkauf immer mehr zu einem Selbstverständnis. Im Rahmen einer Studie der Gemini Consulting gaben 59 Prozent der Befragten an das Internet in den nächsten 12 Monaten auf jeden Fall bzw. wahrscheinlich für den Einkauf von Produkten zu nutzen.² Die Grundlage für diese Entwicklung bilden die neuen technischen Möglichkeiten die das Internet bietet. Multimediale Daten können kostengünstig und sehr schnell in die ganze Welt übertragen werden. Im Juni 1999 existierten nach Schätzungen der NUA Internet Surveys³ bereits 179 Mio. Internet Nutzer die ohne Beschränkungen z.B. durch Ladenschlussgesetze überall um die Uhr erreicht werden konnten. Inzwischen haben viele Unternehmen erkannt da sie durch die konsequente Umsetzung einer EC Strategie Kosten einsparen und erhebliche Wettbewerbsvorteile erreichen können. Dies hat zur Folge da immer mehr Unternehmen das Internet nicht mehr nur als Marketingkanal sehen sondern auch als Vertriebsweg nutzen. _____ 1 vgl. eMarketer.com 1999 2 vgl. Gemini Consulting 1999

Customer Relationship Management, 2003 *Customer Relationship Management* Volker Schütz, 2003 **Potentiale für das Kundenmanagement durch die technologische Unterstützung des Customer Interaction Centers** Günther Lamprecht, 2012. Auf Grund verschiedener wirtschaftlicher Entwicklungen wie etwa die zunehmende Internationalisierung der Märkte oder steigender Wettbewerb sind Produkte nicht länger alleine ein Wettbewerbsvorteil oder der wichtigste Entscheidungsgrund im Kaufprozess des Kunden. Der Kunde kann selbst entscheiden bei welchem Anbieter er ein Produkt kaufen möchte und um Kunden länger an ein Unternehmen binden zu können ist es wichtig eine Kundenbeziehung aufzubauen und zu pflegen damit ein nachhaltiger Unternehmenserfolg erreicht werden kann. Jeder Kundenkontaktpunkt bietet dem Unternehmen dabei die Möglichkeit für den Kunden ein besonderes Kundenerlebnis zu schaffen und dadurch die Kundenbindung an das Unternehmen zu erhöhen. CRM Systeme agieren dabei im Management von Kundenbeziehungen als technologische Enabler und unterstützen die Schaffung einer einheitlichen Sichtweise auf den Kunden über alle Kundenkontaktpunkte hinweg. Diese Arbeit fokussiert neben der theoretischen Erarbeitung der Bedeutung und Möglichkeiten von Customer Relationship und Kundenkontaktpunkt Management auf mögliche technologische Verbesserungen von Kundenkontaktpunkten in der Fluglinien Branche. Dabei werden typische Kundenkontaktpunkte einer sterreichischen Fluglinie als Beispiel angeführt welche Möglichkeiten und Vorteile in der Kundenbetreuung erschlossen werden können wenn diese in eine zentrale Kundendatenbasis und in ein zentrales CRM System integriert werden würden. Due to various economic developments like the internationalization of markets and the inclining number of competitors the product itself is often no longer a competitive advantage or the factor of supplier differentiation within the customer buying process. The customer itself can freely choose the vendor of choice and therefore it is crucial to companies to establish a relationship with the customers and retain them as long as possible in order to accomplish a sustainable business success. Each customer touchpoint offers the company the possibility to create a remarkable customer experience and thus encourage a higher customer affinity towards the company. CRM Systems act as a technological enabler for managing customer relationships and

help creating a single point of view on the customer throughout all customer touchpoints This paper focuses besides the theoretical elaboration of the importance and possibilities of a customer relationship and touchpoint management on possible technological improvements of customer touchpoints found in the airline business Therefore typical customer touchpoints of an austrian airline which are currently based on isolated applications in managing the customer interactions are taken as an example to show new ways and advantages for the customer relationship management through a technological integrating into a centralized CRM System and customer database **Dokumentation Customer Relationship Management** ,2003

Das operative und analytische Customer Relationship Management (CRM) Patrick Arndt,2017-05-17

Studienarbeit aus dem Jahr 2016 im Fachbereich BWL Customer Relationship Management CRM Note 1 7 FOM Hochschule f
r Oekonomie Management gemeinn tztige GmbH D seldorf fr her Fachhochschule Veranstaltung IT management Sprache
Deutsch Abstract Unternehmen k nnen sich mit ihren Produkten kaum noch von der Konkurrenz absetzen und Produkte
werden im Zuge der Globalisierung immer verwandter und austauschbarer Tats chliche Technologief hrrschaft gelingt nur
sehr wenigen Unternehmen Demzufolge wird dem Kundenservice und der Kundenbindung eine immer entscheidendere Rolle
zuteil um den Unternehmenswert langfristig zu steigern Service am Kunden ist den deutschen Unternehmen in der
Vergangenheit nicht sonderlich gut gelungen sodass die Redewendung Servicew ste Deutschland einen hohen
Bekanntheitsgrad aufweist Um diesem Ruf entgegenzutreten versuchen die Unternehmen im Rahmen des Customer
Relationship Managements die Beziehungen zum Kunden neu auszurichten sowie mit effektiven Softwarel ungen die Daten
und Informationen der Kunden optimal zu nutzen Diese erfassten Daten helfen den Unternehmen Produkte und
Dienstleistungen zu entwickeln welche auf die Bed rfnisse und Anforderungen der Kunden optimal zugeschnitten sind Um
diese personalisierten Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen bedarf es genaue Kenntnisse ber die Kunden und deren
Interessen Es ist zu hinterfragen ob die Unternehmen das Customer Relationship Management in der Praxis erfolgreich
integrieren sowie effektiv und effizient nutzen oder ob das CRM System nur als sogenanntes Sammelbecken dient und das
Potenzial eines CRMs nicht gen gend ausgesch pft wird Ziel dieser Arbeit ist es sich mit den operativen und analytischen
Anwendungen des CRMs auseinanderzusetzen Zudem soll durch die Verwendung unterschiedlicher Literatur der Nutzen des
Customer Relationship Managements dargestellt werden Anhand von Praxisbeispielen soll die Frage gekl rt werden
inwieweit Unternehmen das CRM in den betrieblichen Alltag integriert haben und ob die Umsetzung des CRMs den gew
nschten Erfolg erzielen konnte

Embracing the Tune of Phrase: An Mental Symphony within **Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition**

In some sort of taken by screens and the ceaseless chatter of quick connection, the melodic splendor and psychological symphony created by the written word usually diminish in to the back ground, eclipsed by the persistent noise and distractions that permeate our lives. But, nestled within the pages of **Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition** a marvelous fictional value overflowing with organic thoughts, lies an immersive symphony waiting to be embraced. Constructed by an elegant composer of language, this interesting masterpiece conducts readers on an emotional journey, well unraveling the hidden songs and profound affect resonating within each carefully crafted phrase. Within the depths of this moving assessment, we can investigate the book is key harmonies, analyze their enthralling publishing style, and submit ourselves to the profound resonance that echoes in the depths of readers souls.

<https://www.portal.goodeyes.com/About/book-search/default.aspx/Globe%20Fearon%20Globe%20Earth%20Science%20Answer%20Key.pdf>

Table of Contents Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

1. Understanding the eBook Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
 - The Rise of Digital Reading Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
 - Advantages of eBooks Over Traditional Books
2. Identifying Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
 - Exploring Different Genres
 - Considering Fiction vs. Non-Fiction

- Determining Your Reading Goals
- 3. Choosing the Right eBook Platform
 - Popular eBook Platforms
 - Features to Look for in an Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
 - User-Friendly Interface
- 4. Exploring eBook Recommendations from Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
 - Personalized Recommendations
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition User Reviews and Ratings
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition and Bestseller Lists
- 5. Accessing Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Free and Paid eBooks
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Public Domain eBooks
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition eBook Subscription Services
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Budget-Friendly Options
- 6. Navigating Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition eBook Formats
 - ePub, PDF, MOBI, and More
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Compatibility with Devices
 - Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Enhanced eBook Features
- 7. Enhancing Your Reading Experience
 - Adjustable Fonts and Text Sizes of Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch

Integrierte Informationssysteme German Edition

- Highlighting and Note-Taking Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
- Interactive Elements Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

8. Staying Engaged with Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

- Joining Online Reading Communities
- Participating in Virtual Book Clubs
- Following Authors and Publishers Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

9. Balancing eBooks and Physical Books Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

- Benefits of a Digital Library
- Creating a Diverse Reading Collection Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

10. Overcoming Reading Challenges

- Dealing with Digital Eye Strain
- Minimizing Distractions
- Managing Screen Time

11. Cultivating a Reading Routine Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

- Setting Reading Goals Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
- Carving Out Dedicated Reading Time

12. Sourcing Reliable Information of Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition

- Fact-Checking eBook Content of Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition
- Distinguishing Credible Sources

13. Promoting Lifelong Learning
 - Utilizing eBooks for Skill Development
 - Exploring Educational eBooks
14. Embracing eBook Trends
 - Integration of Multimedia Elements
 - Interactive and Gamified eBooks

Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Introduction

In the digital age, access to information has become easier than ever before. The ability to download Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition has revolutionized the way we consume written content. Whether you are a student looking for course material, an avid reader searching for your next favorite book, or a professional seeking research papers, the option to download Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition has opened up a world of possibilities. Downloading Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition provides numerous advantages over physical copies of books and documents. Firstly, it is incredibly convenient. Gone are the days of carrying around heavy textbooks or bulky folders filled with papers. With the click of a button, you can gain immediate access to valuable resources on any device. This convenience allows for efficient studying, researching, and reading on the go. Moreover, the cost-effective nature of downloading Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition has democratized knowledge. Traditional books and academic journals can be expensive, making it difficult for individuals with limited financial resources to access information. By offering free PDF downloads, publishers and authors are enabling a wider audience to benefit from their work. This inclusivity promotes equal opportunities for learning and personal growth. There are numerous websites and platforms where individuals can download Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition. These websites range from academic databases offering research papers and journals to online libraries with an expansive collection of books from various genres. Many authors and publishers also upload their work to specific websites, granting readers access to their content without any charge. These platforms not only provide access to existing literature but also serve as an excellent platform for undiscovered authors to share their work with the world. However, it is essential to be cautious while downloading Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition. Some

websites may offer pirated or illegally obtained copies of copyrighted material. Engaging in such activities not only violates copyright laws but also undermines the efforts of authors, publishers, and researchers. To ensure ethical downloading, it is advisable to utilize reputable websites that prioritize the legal distribution of content. When downloading Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition, users should also consider the potential security risks associated with online platforms. Malicious actors may exploit vulnerabilities in unprotected websites to distribute malware or steal personal information. To protect themselves, individuals should ensure their devices have reliable antivirus software installed and validate the legitimacy of the websites they are downloading from. In conclusion, the ability to download Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition has transformed the way we access information. With the convenience, cost-effectiveness, and accessibility it offers, free PDF downloads have become a popular choice for students, researchers, and book lovers worldwide. However, it is crucial to engage in ethical downloading practices and prioritize personal security when utilizing online platforms. By doing so, individuals can make the most of the vast array of free PDF resources available and embark on a journey of continuous learning and intellectual growth.

FAQs About Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition Books

How do I know which eBook platform is the best for me? Finding the best eBook platform depends on your reading preferences and device compatibility. Research different platforms, read user reviews, and explore their features before making a choice. Are free eBooks of good quality? Yes, many reputable platforms offer high-quality free eBooks, including classics and public domain works. However, make sure to verify the source to ensure the eBook credibility. Can I read eBooks without an eReader? Absolutely! Most eBook platforms offer web-based readers or mobile apps that allow you to read eBooks on your computer, tablet, or smartphone. How do I avoid digital eye strain while reading eBooks? To prevent digital eye strain, take regular breaks, adjust the font size and background color, and ensure proper lighting while reading eBooks. What the advantage of interactive eBooks? Interactive eBooks incorporate multimedia elements, quizzes, and activities, enhancing the reader engagement and providing a more immersive learning experience. Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition is one of the best book in our library for free trial. We provide copy of Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition in digital format, so the resources that you find are reliable. There are also many Ebooks of related with Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte

Informationssysteme German Edition. Where to download Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition online for free? Are you looking for Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition PDF? This is definitely going to save you time and cash in something you should think about.

Find Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition :

globe fearon globe earth science answer key

globalscan nx manual

globe book company biology

globe adap classics or the odyssey txs 92c adapted classics

globe slicing machine model 400 owners manual

globe fearon historical case studies the civil rights movement

globe theater template

globe fearon les miserables answer

globe electric thermostat manual

globe fearon answer key frankenstein

globe fearon math exercise books geometry 1999c globe math exercise books

globalscan nx manual admin

globe slicer user manual

globe fearon literature silver level answer key

globe fearon literature gold level answers

Customer Relationship Management Erfolgreiche Kundenbeziehungen Durch Integrierte Informationssysteme German Edition :

Applied Mechanics for Engineering Technology Applied Mechanics for Engineering Technology (8th International Edition).

Keith M. Walker. Applied Mechanics for Engineering Technology Keith M. Keith M. Walker. 543. Index. Page 6.

Introduction. OBJECTIVES. Upon ... text,. From Chapter 1 of Applied Mechanics for Engineering Technology Eighth Edition.

Applied Mechanics for Engineering Technology (8th ... Walker Applied Mechanics for Engineering Technology (8th

International ... Keith M. Walker. Published by Pearson, 2007. International Edition. ISBN 10 ... Applied Mechanics for Engineering Technology - Hardcover Walker, Keith ... Featuring a non-calculus approach, this introduction to applied mechanics book combines a straightforward, readable foundation in underlying ... Applied Mechanics for Engineering Technology 8th Edition ... Walker Applied Mechanics for Engineering Technology (8th Edition) Keith M. ... Walker Doc Applied Mechanics for Engineering Technology (8th Edition) by Keith M. Applied Mechanics for Engineering Technology | Rent Authors: Keith M Walker, Keith Walker ; Full Title: Applied Mechanics for Engineering Technology ; Edition: 8th edition ; ISBN-13: 978-0131721517 ; Format: Hardback. Applied Mechanics for Engineering Technology Featuring a non-calculus approach, this introduction to applied mechanics book combines a straightforward, readable foundation in underlying physics ... Applied Mechanics for Engineering Technology Keith M. Walker. Affiliation. Upper Saddle River ... Instructors of classes using Walker, Applied Mechanics for Engineering Technology, may reproduce material ... Applied Mechanics for Engineering Technology by Keith ... Applied Mechanics for Engineering Technology by Keith Walker (2007, Hardcover) · Buy It Now. Applied Mechanics for Engineering Technology 8e by Keith M. Walker ... Keith M Walker | Get Textbooks Books by Keith Walker. Applied Mechanics for Engineering Technology(8th Edition) Music in Theory and Practice - 8th Edition - Solutions and ... Our resource for Music in Theory and Practice includes answers to chapter exercises, as well as detailed information to walk you through the process step by ... Workbook solutions manual to accompany Music in theory ... Jul 19, 2022 — Workbook solutions manual to accompany Music in theory and practice, eighth edition, volume 1. by: Saker, Marilyn Nadine. Publication date: 2009. Music in Theory and Practice Volume 1 8th Edition Music In Theory And Practice Volume 1 8th Edition Textbook Solutions | Chegg.com. We have 0 solutions for your book! Workbook Solutions Manual T/a Music Theory And Practice ... Access Workbook Solutions Manual t/a Music Theory and Practice, Volume II 8th Edition solutions now. Our solutions are written by Chegg experts so you can ... Music in Theory and Practice Answer Key First two eighth notes should be beamed rather than flagged. For 3/4 meter, this should contain two eighth notes and one half note. To show divisions of measure ... Music in Theory and Practice Volume 1 ... 8th ed. p. cm. ISBN-13: 978-0-07-310187-3. ISBN-10: 0-07-310187-7. 1. Music theory. I ... edition. I am ever indebted to Nancy Redfern of Northern Michi- gan ... Workbook solutions manual to accompany Music in theory ... Workbook solutions manual to accompany Music in theory and practice, eighth edition, volume 1 | WorldCat.org. Music in Theory and Practice Volume 1 (8th Edition) The... MUSIC 110. Answer & Explanation. Unlock full access to Course Hero. Explore over 16 million step-by-step answers from our library. Get answer. Related Answered ... SOLUTION: Music in theory and practice 8th edition Stuck on a homework question? Our verified tutors can answer all questions, from basic math to advanced rocket science! Post question. Most Popular Study ... Music in Theory and Practice, Volume 1 with Audio CD 8th ... Music in Theory and Practice, Volume 1 with Audio CD 8th (eighth) Edition by Benward, Bruce, Saker, Marilyn published by McGraw-Hill Higher Education (2008). Accidental Love by Gary Soto THE

BOOK ACCIDENTAL LOVE IS ABOUT 2 GIRLS MARISA AND ALICIA. ALICIA GOT IN TO AN ACCIDENT WITH HER BOYFRIEND AND SHE IS A LITTLE BIT BAD, MARISA ALWAYS HAVE ... Accidental Love - Soto, Gary: Books A series of misguided actions to take revenge for her friend Alicia, Rene steps in to stop the fight. Marisa and Rene inadvertently grab each other's cellphones ... Accidental Love by Gary Soto This book is about how a girl loved a guy but then she got in a car crash and when she did a picture fell out of her boyfriend with another girl. So then they ... ACCIDENTAL LOVE Marisa is in her first year of high school, a little overweight and always ready to pick a fight. After punching her best friend's cheating boyfriend in an ... Accidental Love An unplanned meeting between Marissa and Rene, a player whose only game is chess, causes sparks to fly. Marissa may start out believing that "Dang, the boy's a ... Accidental Love - Gary Soto Filled with all of the drama and angst that puberty, school, friends and self-image can create, this ultimately is a story of self-worth and realization, love ... Accidental Love - Gary Soto Accidental Love ... It all starts when Marisa picks up the wrong cell phone. When she returns it to Rene, she feels curiously drawn to him. But Marisa and Rene ... Accidental Love book by Gary Soto It all starts when Marisa picks up the wrong cell phone. When she goes to return it, she feels something she's never felt before, something a bit like ... Accidental Love by Gary Soto, Paperback It all starts when Marisa picks up the wrong cell phone. When she returns it to Rene, she feels curiously drawn to him. But Marisa and Rene aren't exactly. Accidental Love by Gary Soto It all starts when Marisa picks up the wrong cell phone. When she returns it to Rene, she feels curiously drawn to him. But Marisa and Rene aren't exactly a ...