

Inhalt

Vorwort	5
Trends in der E-Mail- und Internetkommunikation <i>Jan Peter Kruse</i>	9
E-Mail im Kundendialog	19
Strategien des E-Mail-Einsatzes im Kundendialog <i>Harald Meißner</i>	21
Mehr Kundennähe durch automatisierte elektronische Kommunikation <i>Martin Hanselmann und Roman Selm</i>	63
E-Mail-Automatisierung – Bestandteil des „electronic Customer Relationship Management“ (eCRM) <i>René Gawron</i>	81
Reklamationsmanagement im E-Mail-Center <i>Magnus Baukmann</i>	93
Instrumente des E-Mail-Marketing <i>Andreas T. Frenko</i>	107
Management des E-Mail-Einsatzes im Unternehmen	131
Organisation und Personal im E-Mail-Center <i>Sven Krahn</i>	133
Rechtliche Aspekte der E-Mail-Kommunikation <i>Tobias H. Strömer und Ute Roßenhövel</i>	155
Outsourcing von E-Mail-Kommunikation <i>Gerald Fründt</i>	171
Softwarelösungen für das E-Mail-Center <i>Harald Lux</i>	187

E-Mail-Management-Softwarelösungen – ein aktueller Überblick	199
<i>Katja Gose-Krüger</i>	
E-Mail-Einsatz in der Praxis	217
E-Mail-Bearbeitung in großen Unternehmen – ein Erfahrungsbericht . .	219
<i>Joachim Bochberg</i>	
E-Mail-Services	227
<i>Thomas Zacharias</i>	
Kundengewinnung und Kundenbindung per E-Mail-Akquisition	237
<i>Markus Haas</i>	
Glossar	251
Die Autoren	257