
Teil B Kundenprozesse

1	Nutzungsprozesse im Business-to-Business-Marketing – Anforderungen an die Entwicklung der Prozeßkompetenz von Business-to-Business-Anbietern <i>Michael Ehret</i>	35
2	Kundenorientierte Analyse von Leistungen auf Basis der Prozeßkostenrechnung <i>Jörg Schweikart</i>	71
3	Nutzungsprozesse der Telekommunikation und die Positionierung neuer Leistungsangebote – Ein Pilotprojekt in der Wohnungswirtschaft <i>Michael Ehret · Wolfram Leitsmann · Stephen A. Rieker</i>	103