

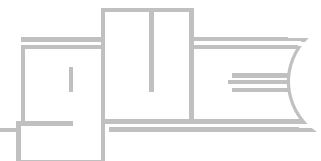
Gesellschaft für Unternehmensrechnung und Controlling m.b.H.

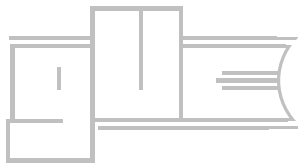
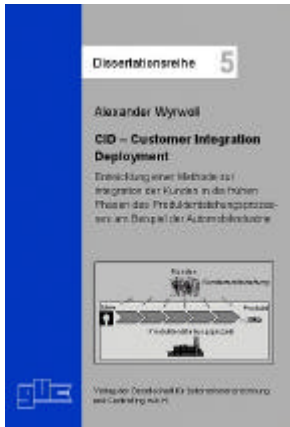
- *wissenschaftlicher Verlag*
- *Beratung*
- *Schulung*

Sie planen eine Veröffentlichung (z.B. Lehrbuch, Fachbuch, Dissertation) mit:

- **ISBN** (Internationale Standard-Buchnummer zur weltweit eindeutigen Identifikation),
- **VLB**-Eintrag ['Verzeichnis Lieferbarer Bücher' - die Datenbank im Internet zur Auswahl und Recherche im größten deutschsprachigen Titelangebot],
- **CIP**-Aufnahme ['Cataloguing in Publication' = "Titelaufnahme in der Veröffentlichung" der Deutschen Nationalbibliographie],
- **VG WORT**-Mitgliedschaft (zur Realisierung Ihrer Autoren-Tantieme) und
- **GUC**-Präsentation von Detail- und Verkaufsinformationen auf unserer Web-Site sowie
- **Anmeldung** bei mehreren Online-Buchhandlungen (z.B. amazon.de).

Dann setzen Sie sich bitte mit uns in
Verbindung: **www.guc-verlag.de**





**GUC - Gesellschaft für
Unternehmensrechnung
und Controlling m. b. H.**

09126 Chemnitz
Casparistraße 2

Tel.: 0371 / 5380886

Mobil: 0177 / 2501783

GUC @ GUC - online. de

<http://www.guc-verlag.de>

Verkehrsnummer: 97 250

Dissertation

Alexander Wyrwoll

„CID – Customer Integration Deployment“

(zugl. Dissertation, TU Clausthal 2001)

bestellbar beim Verlag der GUC:

- per FAX: 0371/53 80 886,
- per E-Mail: guc@guc-online.de
oder
- per Post:
GUC m.b.H.
Casparistr. 2
09126 Chemnitz

Alexander Wyrwoll:

„CID – Customer Integration Deployment
- Entwicklung einer Methode zur Integration der
Kunden in die frühen Phasen des Produktent-
stehungsprozesses am Beispiel der
Automobilindustrie“

182 Seiten, kartoniert und kaschirt,
ISBN: 3-934235-15-8

Immer höhere Qualität zu kleineren Preisen, optimalere Anpassung an die Verbraucherbedürfnisse bei dabei möglichst kurzen Produktentwicklungszyklen - dies zeigt die Anforderungen in der sich verschärfenden Marktsituation. Um in dieser anspruchsvollen Situation als Unternehmen zu bestehen, ist eine Kundenorientierung unabdingbar. Dabei müssen die Kundenanforderungen und -bedürfnisse schon in den frühen Phasen des Produktentstehungsprozesses berücksichtigt werden, um schon möglichst früh effizient agieren zu können. Hierfür liefert dieses Buch, das sich gleichermaßen an Praktiker und Wissenschaftler mit Interesse an der Schnittstelle zwischen Marketing und Ingenieurwissenschaften richtet, eine Methode zur Erfüllung dieser Anforderungen.

Das Buch:

- definiert die Zeitpunkte innerhalb des Produktentstehungsprozesses, an denen Kundeneinbindungsmaßnahmen erfolgen müssen
- identifiziert bedarfsgerecht die Tools zur Kundeneinbindung
- liefert die Struktur, mit Hilfe derer die Transparenz für die Entscheidungsträger hergestellt wird, und ermöglicht eine Übertragbarkeit in unterschiedliche Branchen.

Zum Autor: Dr.-Ing. Alexander Wyrwoll, geb. 1972, Studium des Maschinenwesens an der Technischen Universität München, Schwerpunkte: Allgemeiner Maschinenbau, Management für Ingenieure; Markt- u. Werbepsychologie; seit 1997 Mitarbeiter der DaimlerChrysler AG in den Bereichen: Entwicklung, Marketing/Vertrieb und Strategische Planung PKW; Schwerpunkte: Prozessgestaltung und -optimierung.

Bestellung von ___ Exemplar(en) des Buches (Alexander Wyrwoll): **“CID – Customer
Integration Deployment”**

(ISBN 3-934235-15-8) zum Stückpreis von **39,90 EUR** (incl. 7% USt und Versand).

- Vorkasse: Sparkasse Chemnitz, BLZ: 870 500 00, Kt.-Nr.: 355 200 36 99
- Eurocheck (liegt bei)
- Rechnung

Lieferadresse: Name, Vorname bzw. Institution

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift: