



Efnisyfirlit

0.	Inngangur	1
1.	Samskiptamarkaðsfræði – CRM	3
1.1	FORSAGA CRM	3
1.1.1	<i>Þróun CRM</i>	5
1.1.2	<i>Skilgreiningar á CRM</i>	6
1.2	NÁNARI ÚTLISTUN Á CRM	9
1.3	STJÓRNUN VIÐSKIPTATENGLA	11
1.4	NÁIN TENGL CRM VIÐ ÞJÓNUSTUGÆÐI	13
1.5	MARKIÐ OG MÖGULEIKAR CRM	14
1.6	ÁVINNINGUR AF NOTKUN CRM	17
1.6.1	<i>Ávinningur viðskiptavina</i>	18
1.6.2	<i>Ávinningur bankastofnana</i>	19
1.6.3	<i>Mælanlegur árangur?</i>	21
2.	Hagnýting CRM innan bankastofnana	23
2.1	ÞRÓUN FJÁRMÁLAÞJÓNUSTU FYRIR EINSTAKLINGA	24
2.2	INNLEIÐING	26
2.2.1	<i>Þættir sem þurfa að vera til staðar</i>	27
2.2.2	<i>Algeng mistök</i>	28
2.3	CRM HUGBÚNAÐARKERFI	30
2.3.1	<i>Innlend þjónusta og staða</i>	31
2.3.2	<i>Möguleikar og takmarkanir</i>	32
3.	Rannsóknaraðferð	34
3.1	FRAMKVÆMD	34
3.2	HELSTU NIÐURSTÖÐUR RANNSÓKNARINNAR	35
4.	Greining og mat	38
5.	Tillögur	40
6.	Umræða	42
7.	Niðurstöður	44
	Heimildaskrá	46
	Viðauki 1: Spurningar til viðmælenda	I