

(Read free) Analyse der Erfolgsfaktoren zur Führung von Onlinestores: eCommerce Erfolgsfaktoren

Analyse der Erfolgsfaktoren zur Führung von Onlinestores: eCommerce Erfolgsfaktoren

Von Stefan Zessel

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #1734086 in BcherVerffentlicht am: 2013-01-01Abmessungen: 10.00 x .14b x 7.01l, .30 Pfund Einband: Taschenbuch70 Seiten | File size: 38.Mb

Von Stefan Zessel : Analyse der Erfolgsfaktoren zur Führung von Onlinestores: eCommerce Erfolgsfaktoren
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Analyse der Erfolgsfaktoren zur Führung von Onlinestores: eCommerce Erfolgsfaktoren:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr gelungener Einblick fr Agenturen/Kunden im E-CommerceVon DominicDie Analyse ist eine wirklich gute Veranschaulichung von betriebswirtschaftlichen Aspekten in Verbindung mit E-Commerce Know How. Die pragmatische aber umfangreiche Heransgehensweise des Autors ist sehr informativ und kann nahezu auf jedes Projekt

angewendet werden. Wie mein Headtitle schon sagt, ein wirklich sehr gelungener Einblick! 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein gutes Buch für eCommerce Anfänger Von Stefan Ich habe für mein Studium diverse Bücher zum Thema E-Business gelesen. Dieses hat mir am besten gefallen. Stefan Zessel behandelt alle grundlegenden Themen ausführlich und innovativ. Ein wirklich gutes und gehaltvolles Buch - nicht nur für Studenten!

Kurzbeschreibung Im Rahmen dieser Studie wird im Wesentlichen untersucht, wie sich gerade kleine und mittelständische Handelsunternehmen im Onlinehandel positionieren und sich gegenüber zahlreichen konkurrierenden Anbietern behaupten können. Zukünftig wird der Onlinehandel für Unternehmen immer wichtiger, da sich das Einkaufen in den kommenden Jahren grundlegend verändern wird. Immer mehr Verbraucher werden sich zukünftig im Internet über Produkte und Dienstleistungen informieren und dort auch kaufen. Diese Entwicklung führt zu einer Verschiebung der Wertschöpfung im Handel. Aus diesem Grund werden Handelsunternehmen, welche den Onlinehandel als Absatzkanal nicht nutzen, mittelfristig Marktanteile aufgrund des fehlenden Kontakts zu einem stark wachsenden Kundensegment verlieren. Der Onlinehandel hat sich in Deutschland bereits als Absatzkanal etabliert und wird vom Verbraucher immer mehr genutzt. Welche rasante Entwicklung der Onlinehandel erlebt hat und wie renommierte Onlinehandel-Experten die Zukunft des Onlinehandels prognostizieren wird im Kapitel 2 Die Entwicklung des Onlinehandels erläutert. Am Onlinehandel als Absatzkanal führt im Grunde kein Weg mehr vorbei. Daher stellt sich die Frage, was macht ein Unternehmen im Onlinehandel erfolgreich? Es wird analysiert, wie sich Erfolgsfaktoren auf das Generieren von Besuchern, auf den Umsatz sowie auf die Bindung von Kunden auswirken. Die hohe Transparenz im Internet, hohe Retourenquoten, das fehlende Vertrauen und die gewachsene Preissensibilität der Verbraucher sowie kostenintensive Marketing- und Medieninvestments stellen gerade kleine und mittelständische Handelsunternehmen vor neue Herausforderungen. Insgesamt werden im Rahmen der Studie neun Erfolgsfaktoren analysiert, welche sich unterschiedlich auf die definierten Ziele auswirken. über den Autor und weitere Mitwirkende Stefan Zessel, Diplom-Betriebswirt (FH), wurde 1985 in Gronau geboren. Sein Studium der Betriebswirtschaft an der Private University of Applied Sciences in Göttingen schloss der Autor im Jahre 2012 mit dem akademischen Grad des Diplom Betriebswirt (FH) bestdurchschnittlich erfolgreich ab. Bereits während des Studiums sammelte der Autor umfassende praktische Erfahrungen in der eCommerce-Branche. Als Filialleiter von mittelständischen Marken-Onlineshops konnte der Autor umfassendes Know-How im Onlinehandel, besonders im Segment der vertikalen Multi-Channel Händler, aufbauen.