

[Read and download] Leitfaden Digital Commerce: Online den Umsatz steigern: Wie Multichannel, Social Web und Mobile den Handel verändern

Leitfaden Digital Commerce: Online den Umsatz steigern: Wie Multichannel, Social Web und Mobile den Handel verändern

Von Torsten Schwarz

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #874035 in BcherVerffentlicht am: 2013-09-18Abmessungen: 8.50 x .87b x 6.14l, Einband: Gebundene Ausgabe384 Seiten | File size: 15.Mb

Von Torsten Schwarz : Leitfaden Digital Commerce: Online den Umsatz steigern: Wie Multichannel, Social Web und Mobile den Handel verändern before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Leitfaden Digital Commerce: Online den Umsatz steigern: Wie Multichannel, Social Web und Mobile den Handel verändern:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein

Leitfaden, der den Namen verdient Von B. Raschkowski Der Untertitel lautet Wie Multi Channel, Social Web und Mobile den Handel verndern treffenderweise wre zu ergnzen und wie Sie diese Vernderungen erfolgreich fr sich und Ihr Unternehmen nutzen, denn Torsten Schwarz Buch ist im wahrsten Sinne des Wortes ein Leitfaden. Ein Leitfaden mit rotem Faden sozusagen und Beitrgen von Praktikern und Profis auf dem jeweiligen Gebiet: Angefangen mit dem berblick der aktuellen Trends und Vernderungen in der Handelslandschaft geht es in komprimierter und fundierter Form ber die gesamte Wertschpfungskette eines digitalen (Handels-) Geschäftsmodells: Aspekte guten Shopdesigns werden ebenso diskutiert wie die Frage nach dem optimalen Online Marketing-Strategie- und Manahmenbndel um Kunden in seinen Shop zu bekommen und diese Besuche in Kufe umzuwandeln. Selbst die sonst eher unbeliebte Thematik des Controlling erhlt gegend Raum, ebenso fundierte Empfehlungen fr den Umgang mit einigen dieser Trend-Themen. Abschlieend hlt der Leitfaden einige sehr gute Beispiel aus der Praxis fr den Leser bereit. Fr wen ist der Leitfaden eine Empfehlung? Auf jeden Fall fr jeden, der sich mit dem Thema Digital Commerce auseinandersetzt und in diesem Bereich aktiv werden will. Gleichsam ist es auch fr den erfahrenen Leser ein gutes Nachschlagewerk (nicht nur was Kennzahlen angeht;-) 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Exzellente Hilfe zum Online-Verkauf Von Klaus Kempel Torsten Schwarz beschreibt in seinem neuen Buch "DIGITAL COMMERCE" ausfhrlich wie man den Umsatz im Online-Handel steigern kann. Das Buch erscheint zunchst sehr umfangreich, aber es ist leicht verstndlich geschrieben und spricht alle wesentlichen Themen an. Durch die gute Gliederung kann man sich leicht einlesen und zunchst die Kapitel aufrufen, die speziell interessieren. Vor allem interessant sind die Auswirkungen auf Social Media und darauf, dass immer mehr Kufer ber Smartphones bestellen. Torsten Schwarz ist ja eher Marketing-Profi, aber seine praktischen Tipps z. B. zum Aufbau eines Online-Shops oder zur Onpage-Optimierung sind lesenswert. Auch wer meint schon alles zu wissen, findet in dem Buch wertvolle Informationen und Anregungen. Deshalb der Tipp: Kaufen! Denn hier schreibt kein Theoretiker sondern jemand, der wirklich etwas von der Sache versteht. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Viele Praxisbeispiele und Anstze fr Multi-Channeling Von Martina Dalla Vecchia Das Buch "Leitfaden Digital Commerce: Online den Umsatz steigern" ist umfangreich und bietet viele Beispiele, wie Unternehmen den Schritt in Richtung Professionalitt im E-Commerce gehen. Aus diesem Grund setze ich es auch als beleitendes Lehrmittel in meinem Zertifikatslehrgang "CAS E-Commerce Online-Marketing, an der FHNW in Basel" ein. So knnen die Studierenden (Marketingfachleute und Webverantwortliche) ergnzend zum Input der Fachreferenten noch ihr Wissen an Praxisfllen vertiefen.

Kurzbeschreibung Digital Commerce boomt: 97 Prozent der deutschen Internetnutzer kaufen online ein. Der Umsatz im deutschen E-Commerce stieg 2012 um ber 27 Prozent. Zwei Drittel des Versandhandelsumsatzes werden online erwirtschaftet. Nun kommt die nchste Welle: Mobile Commerce. Inzwischen ist jeder zweite Deutsche ber Smartphone oder Tablet online. Drei Viertel der Internetnutzer surfen whrend des Fernsehens. Fr Unternehmen wird es daher wichtiger, fr Kunden online erreichbar zu sein. Nur eine professionelle Onlinebestellung anzubieten, reicht nicht. Prozesse werden neu angepasst. Auch stationre Hndler denken um: Das Smartphone kann neue Kufer ins Geschft lenken. Im vorliegenden Buch beschreiben Kenner der Szene, was sich aktuell ndert und wo der grte Handlungsbedarf besteht. Herausgeber ist der bekannte Online-Pionier Dr. Torsten Schwarz. Wer sich heute fr ein Produkt interessiert, informiert sich ber digitale Medien, und immer fter wird auch gleich online bestellt. 59 Prozent der Deutschen surfen whrend des Fernsehens. Und von diesen wiederum nutzen 37 Prozent ihr Smartphone oder Tablet, um nach Produkten aus der aktuellen Sendung zu suchen. Kein Wunder, dass Digital Commerce schon seit Jahren zweistellig wchst. Waren im Wert von 33,5 Milliarden Euro werden wohl dieses Jahr ber das Internet bestellt. Damit es aber so weit kommt, mssen Unternehmen noch viele Hausaufgaben machen. In diesem Buch beschreiben renommierte Autoren, wie Online- und Offlineprozesse verbunden und Shops optimiert werden. Wie sehen Wohlflshops aus und worauf muss bei Produktinformationen geachtet werden? Welche Prozesse knnen durch Digitalisierung untersttzt werden und welche nicht? Das Buch erlutert Konzepte wie Emotional Usability, Marketing Automation und Big Data. Leser erfahren an konkreten Fallbeispielen, wie Unternehmen durch die Digitalisierung effizienter werden. ber den Autor und weitere Mitwirkende Dr. Torsten Schwarz ist Herausgeber des Standardwerks Leitfaden Online Marketing. Er gilt in der Branche als fhrender Experte fr Online-Kundengewinnung und -bindung. Mit ber zehn Bchern und mehreren Lehrauftrgen geht er laut acquisa zu den Vordenkern in Marketing und Vertrieb. Von der Dialog-Akademie DDA wurde er als Dozent des Jahres 2009 ausgezeichnet. Sein Fokus sind Strategie-Workshops fr Unternehmen.