

(Read ebook) Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce

# Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce

Von Gerrit Heinemann

ebooks / Download PDF / \*ePub / DOC / audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #564317 in BcherVerffentlicht am: 2015-01-14Abmessungen: 9.61 x .72b x 6.69l, 1.22 Pfund Einband: Taschenbuch327 Seiten | File size: 50.Mb

**Von Gerrit Heinemann : Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Zukunftstrends im Digital Commerce und E-Commerce-GeschäftsmodelleVon Miller-HedrichDer Verfasser dieses Standardwerks postuliert, dass die Macht der digitalen Revolution und deren Auswirkungen fr den deutschen Handel noch immer vllig unterschzt werden. Ein Ergebnis ist, dass mit , eBay und Apple/iTunes Retail bereits drei US-

Anbieter mehr als zwei Drittel der deutschen Online-Handelsvolumina auf sich vereinen. Hinzu kommt, dass Deutschland bisher keines der weltweit größten oder wichtigsten Internet-/E-Commerce-Firmen hervorgebracht hat. Die Ausgangslage wird nicht besser, wenn noch einmal mindestens eine Verdoppelung der Online-Umsätze bis 2020 prognostiziert wird, von der vor allem der sogenannte Cross-Border-Trade überproportional profitieren wird. Ist heute weltweit größter Online-Händler und hat sogar das Potenzial, zu einem dauerhaften Monopolisten aufzusteigen. Diese Möglichkeit besteht derzeit in der Tat im deutschen Einzelhandel, der bisher offensichtlich nicht realisiert hat, zu welcher Gefahr sich der immer noch disruptive Innovator im Schumpeterschen Sinne entwickeln kann. Beispielsweise katapultieren WalMart in den USA oder John Lewis in UK jeweils mit Milliardenaufwendungen ihre E-Commerce-Plattformen in kürzester Zeit zu ernstzunehmenden Gegnern, wohingegen die deutschen Stationärhändler ihr Leitmotiv oder gar Heil noch immer in der Flächenexpansion sehen, anstatt systemtechnisch aufzurufen. Umso erfreulicher ist es, dass sich auch die ersten deutschen sog. Online Pure Plays auf internationaler Bühne etablieren und auf Augenhöhe mit den Online-Händlern aus den englischsprachigen Ländern agieren. Mit Zalando, Zooplus und Thomann befinden sich mittlerweile sogar drei deutsche Anbieter unter der Riege internationaler Best Practices, welche u. a. im vorliegenden Buch beschrieben werden. Der Autor, Gerrit Heinemann, Professor für BWL, Management und Handel und Leiter des eWeb Research Center an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach, präsentiert Entwicklungen und Trends im Digital Commerce, der durch die neuen digitalen Kommunikations- und Konsummuster der Kunden geprägt ist. Ihm geht es vor allem darum, eine Brücke zwischen Theorie und Praxis des Online-Handels zu bauen. Das Buch behandelt in acht Kapiteln die folgenden Schwerpunkte: Online-Handel der Zukunft, Geschäftsmodell des Online-Handels, Formen des Online-Handels, Kanalexzellenz und Erfolgsfaktoren im E-Commerce, Best Practices für Web-Exzellenz im Online-Handel, Risk Benefit im Online-Handel. In der vorliegenden siebten Auflage wurden nicht nur die zugrunde gelegten Zahlen sowie die Ausführungen zum Internet-Recht aktualisiert, sondern auch den kooperativen Formen des Online-Handels mehr Raum gegeben und die Beispiele zu den Best Practices auf den neuesten Stand gebracht. Dadurch rücken insbesondere auch regionale Marktplätze sowie deren Formenvielfalt stärker als bisher in den Fokus. Der Autor befasst sich schon viele Jahre mit E-Commerce, Online- und Multi-Channel-Handel und weist eine fast zwanzigjährige Handelspraxis, u. a. in verschiedenen Leitungsfunktionen bei der Douglas-Gruppe, als Warenhausgeschäftsführer bei Kaufhof und als Senior Principal und Leiter der Sparte Handel der international tätigen Unternehmensberatung Droege, nach. Der ausgewiesene Retail-Experte hat sich wie kaum ein anderer Wissenschaftler der deutschen Hochschullandschaft intensiv mit den grundlegenden und aktuellen Fragestellungen des Online-Handels befasst. Sein Werk besticht durch eine stringente Struktur und die komplexen Sachverhalte werden klar und gut verständlich analysiert. Hinzu kommt, dass die Ausführungen durch eine Vielzahl von Studien, aktuellen Beispielen und Zahlen belegt werden. Hervorzuheben ist nicht zuletzt das ausführliche Literaturverzeichnis, welches eine Fülle von Hinweisen auf weiterführende Quellen enthält. Wer immer wissen und begreifen möchte, wie erfolgreicher Digital Commerce funktioniert und sich z. B. über Kanalexzellenz sowie Erfolgsfaktoren wie digitale Zeitvorteile und Kundenzentrierung informieren will, wer die Lessons Learned der Entwicklung der letzten Jahre studieren sowie sich mit den zukünftigen Herausforderungen des Online-Handels auseinandersetzen muss, kommt um das Studium dieses Klassikers nicht herum. Prof. Dr. Bernd W. Müller-Hedrich von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Was ein Online-Retailer wissen sollte! Von Ralf T. Kreuzer Der Online-Handel fordert die klassischen Einzelhändler immer stärker heraus. Aber auch der Wettbewerb zwischen den Online-Retailern nimmt deutlich zu. Deshalb gilt es, alle relevanten Anforderungen an die zielorientierte Ausgestaltung des eigenen E-Commerce zu berücksichtigen. Eine wichtige "Navigationsleistung" hierfür bietet das inzwischen in 7. Auflage vorliegende Werk von Professor Heinemann. Ein Muss für jeden, der auch morgen im harten Online-Wettbewerb bestehen möchte. Nur wer sich kontinuierlich selbst erneuert, wird hier im Wettbewerb die Nase vorne haben. Schnell, wenn einem dafür eine wichtige Hilfe in Form eines Buches gegeben wird. 0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine Inspiration - sehr empfehlenswert! Von Andrea Anliker "Der neue Online-Handel" von Gerrit Heinemann ist die Hauptliteratur für meine Masterarbeit zum Thema Online-Handel. Heinemann ist eine wahre Inspiration und spricht die Wichtigkeit als auch die Chancen und Herausforderungen von Online-Handel tabulos an. Er selber ist eine der wenigen Ikonen in seinem Gebiet und sein Buch ist eine wahre Inspiration!

**Produktbeschreibung** Gerrit Heinemann präsentiert Entwicklungen und Zukunftstrends im Digital Commerce, das durch die neuen digitalen Kommunikations- und Konsummuster der Kunden auch als mobile Internet-Nutzer geprägt ist. Er beleuchtet E-Commerce-Geschäftsmodelle, Kanalexzellenz sowie Erfolgsfaktoren wie digitale Zeitvorteile und Kundenzentrierung. Der Autor analysiert die digitalen Herausforderungen und zeigt die Konsequenzen und Chancen für den Einzelhandel auf. Die sechste Auflage wurde vollständig bearbeitet. Dabei wurden die neuesten Schlüsselthemen berücksichtigt und die zugrunde gelegten Zahlen sowie die Best Practices aktualisiert. Insbesondere der Digital Commerce und dessen Formenvielfalt rücken stärker als bisher in den Fokus.

**Kurzbeschreibung** Gerrit Heinemann präsentiert Entwicklungen und Zukunftstrends im Digital Commerce, das durch die neuen digitalen Kommunikations- und Konsummuster der Kunden auch als mobile Internet-Nutzer geprägt ist. Er

beleuchtet E-Commerce-Geschäftsmodelle, Kanalexzellenz sowie Erfolgsfaktoren wie digitale Zeitvorteile und Kundenzentrierung. Der Autor analysiert die digitalen Herausforderungen und zeigt die Konsequenzen und Chancen für den Einzelhandel auf. Die sechste Auflage wurde vollständig bearbeitet. Dabei wurden die neuesten Schlüsselthemen berücksichtigt und die zugrunde gelegten Zahlen sowie die Best Practices aktualisiert. Insbesondere der Digital Commerce und dessen Formenvielfalt rücken stärker als bisher in den Fokus. Gerrit Heinemann zeigt in seinem Buch acht Erfolgsfaktoren für den Internethandel der neuen Generation auf. Anhand von internationalen Best Practices lernen Entscheidungsträger im Handel Beispiele für erfolgreichen Online-Handel kennen. Internetworld Das Werk von Heinemann besticht durch die stringente Struktur und die klare Darstellungsweise. Komplexe Sachverhalte werden verständlich und umfassend dargestellt. Das Buch kann jedem empfohlen werden, der sich über bereits vorhandene Grundkenntnisse hinaus intensiv mit dem Online-Handel beschäftigen möchte. ECC-KI In Heinemann spricht den Entwicklungen nach, erläutert und definiert Begriffe und stellt den Prozess auf theoretisch-wissenschaftliche Grundlagen. Darauf basierend nennt und erläutert er acht Erfolgsfaktoren im New Online-Retailing, u.a. Shop-Attraction und Social-Targeting, Service- und Search-Solution sowie Security Standards. Ergänzt werden sie mit Beispielen für erfolgreiches Online-Management und anforderungsgerechte AGB im Online-Handel. Textilwirtschaft Gewinner sind schon jetzt Internet-Händler, die es verstanden haben, das Web 2.0 zur Kundenakquisition zu nutzen. Wer auch dazu gehen und verstehen möchte, welche Faktoren zu einer neuen Phase dieser Werbeplattform geführt haben, sollte in das Buch Der neue Online-Handel schauen. absatzwirtschaft Zeitschrift für Marketing. Buchrückseite Gerrit Heinemann präsentiert Entwicklungen und Zukunftstrends im Digital Commerce, das durch die neuen digitalen Kommunikations- und Konsummuster der Kunden auch als mobile Internet-Nutzer geprägt ist. Er beleuchtet E-Commerce-Geschäftsmodelle, Kanalexzellenz sowie Erfolgsfaktoren wie digitale Zeitvorteile und Kundenzentrierung. Der Autor analysiert die digitalen Herausforderungen und zeigt die Konsequenzen und Chancen für den Einzelhandel auf. Neu in der 6. Auflage Die sechste Auflage wurde vollständig bearbeitet. Dabei wurden die neuesten Schlüsselthemen berücksichtigt und die zugrunde gelegten Zahlen sowie die Best Practices aktualisiert. Insbesondere der Digital Commerce und dessen Formenvielfalt rücken stärker als bisher in den Fokus. Der Inhalt Online-Handel der Zukunft Geschäftsmodell und Basisfaktoren des Online-Handels Entwicklungen und neue Formen des Online-Handels Erfolgsmessung, Kanalexzellenz und Erfolgsfaktoren im E-Commerce Internationale Best Practices für Kanalexzellenz im E-Commerce Risk-Benefit, neues Internet-Recht und Transformation im Online-Handel Der Autor Prof. Dr. Gerrit Heinemann ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, Management und Handel und Leiter des eWeb Research Center an der Hochschule Niederrhein. über den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Dr. Gerrit Heinemann ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, Management und Handel und Leiter des eWeb Research Center an der Hochschule Niederrhein.