
Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
2	Begriffsabgrenzung	3
2.1	Stationärer Einzelhandel	3
2.2	Multi-Channel-Marketing	6
3	Bedeutung von Multi-Channel-Konzepten für den Einzelhandel	11
3.1	Entwicklung des Multi-Channel-Handels	11
3.2	Entwicklung der Multi-Channel-Kommunikation	14
3.3	Chancen, Risiken und Herausforderungen	16
3.4	Auswirkungen auf andere Unternehmensbereiche	18
3.5	Potenziale für Innenstädte und ihre Einzelhändler	19
4	Anforderungen an Multi-Channel-Konzepte	25
4.1	Kundenzufriedenheit erreichen	25
4.2	Markenmanagement und Positionierungsstrategie zur langfristigen Kundenbindung	30
4.3	Realisierung von Cross- und Up-Selling-Potenzialen	33
4.4	Datenmanagement	35
4.5	Supply-Chain-Management und Efficient Consumer Response	37
5	Abschließende Betrachtung und Ausblick	39
	Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können	41
	Literatur	43

Multi-Channel im stationären Einzelhandel

Ein Überblick

Jäger, R.

2016, IX, 45 S. 9 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-13026-8