

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII

A Einführung	1
1 Bedeutung und Relevanz der Untersuchung von Customer-Online-Journeys ..	1
2 Definitorische Abgrenzung relevanter Begrifflichkeiten	4
2.1 Kommunikationspolitik als Teil des Marketing-Managementprozesses	4
2.2 Customer-Journeys als Element der Online-Kommunikation	6
2.3 Kanalübergreifende Effektivitätskontrollen in der Online-Kommunikation ..	9
3 Stand der Forschung und Einordnung in relevante Forschungsfelder	12
4 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit	16
 B Theoretische Grundlagen zur Untersuchung der Effektivität von	
Kommunikationsmaßnahmen	20
1 Grundlagen der Online-Kommunikation	20
1.1 Veränderungen des Medienkonsums	20
1.2 Veränderung der Medienlandschaft	23
1.3 Grundlegende Funktionsweise der Online-Kommunikation	25
1.4 Möglichkeiten der Online-Kommunikation	29
1.4.1 Typologisierung der Online-Kommunikationskanäle	29
1.4.2 Beschreibung der Online-Kommunikationskanäle	33
2 Grundlagen zur Untersuchung der Effektivität von	
Kommunikationsmaßnahmen	41
2.1 Kommunikationstheoretische Ansätze	41
2.2 Systemtheoretische Betrachtung	43
2.3 Festlegung und Allokation von Kommunikationsbudgets	47
2.4 Funktionen und Ziele der Kommunikation	50
2.5 Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung der Kommunikation	54

2.5.1	Effektivitätskontrollen als Bestandteil der verhaltenswissenschaftlichen Kommunikationsforschung.....	54
2.5.2	Wirkungs- und Erfolgskette der Kommunikation	57
2.5.3	Verfahren zur Messung von Kommunikationswirkung und -erfolg ..	60
2.5.4	Herausforderungen der verhaltenswissenschaftlichen Kommunikationsforschung	63
2.5.5	Modelle zur Untersuchung der Kommunikationswirkung	65
2.5.6	Modelle zur Untersuchung des Kommunikationserfolges	69
2.5.7	Stufenmodelle der Kommunikation	73

C Theoretische Grundlagen zur Untersuchung der Effektivität von Kommunikationsmaßnahmen mithilfe von Customer-Online-Journeys78

1	Besonderheiten der Online-Kommunikationsforschung	78
2	Informationstechnologische Erfassung der Customer-Online-Journey	83
3	Konzeptionelle Grundlagen der Customer-Online-Journey.....	87
4	Ziele und Erfolgsgrößen der Effektivität von Online- Kommunikationsmaßnahmen	93
5	Empirischer Forschungsstand.....	98
5.1	Abgrenzung relevanter empirischer Forschungsfelder	98
5.2	Untersuchung der Effektivität einzelner Online-Kommunikationskanäle ..	99
5.3	Such- und Kaufentscheidungsprozesse im E-Commerce.....	104
5.4	Marketing Attribution.....	108
6	Zusammenfassende Thesen und theoretischer Bezugsrahmen	111
7	Ableitung theoriegestützter Hypothesen	114

D Empirische Untersuchung.....119

1	Beschreibung der empirischen Datenbasis.....	119
1.1	Datenintegration als Grundlage für die Customer-Journey-Analyse	119
1.2	Datenstruktur und -aufbereitung	121
1.3	Beschreibung des finalen Datensatzes und Untersuchungsaufbau.....	124
2	Herleitung eines Modellierungsansatzes.....	126
3	Methodische Grundlagen	129

3.1	Logit-Choice-Modelle	129
3.2	Mathematisch-statistische Grundlagen	130
3.3	Maximum-Likelihood-Schätzung	132
3.4	Analyse des geschätzten Modells	134
3.4.1	Interpretation der Modellparameter	134
3.4.2	Interpretation des Gesamtmodells	136
3.5	Software zur Schätzung des logistischen Regressionsmodells	138
4	Explorative Datenanalysen	139
5	Multivariate Datenanalysen	145
5.1	Modelldetails	145
5.1.1	Festlegung der Modellstruktur und Bildung von Segmenten	145
5.1.2	Auswahl und Operationalisierung der Variablen	147
5.1.3	Spezifikation der Effektivitätsmodelle	149
5.2	Modellschätzung	151
5.2.1	Logit-Modell 1	151
5.2.2	Logit-Modell 2	153
5.2.3	Logit-Modell 3	155
5.2.4	Logit-Modell 4	157
5.2.5	Vergleich von Neu- und Bestandskunden	159
6	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse	160
E	Schlussbetrachtung	164
1	Zusammenfassung und zentrale Ergebnisse	164
2	Implikationen der zentralen Ergebnisse	167
3	Kritische Würdigung und weiterführende Forschungsfelder	172
	Anhang	177
	Literaturverzeichnis	179

<http://www.springer.com/978-3-658-17567-2>

Effektivität in der Online-Kommunikation

Eine Untersuchung von Customer-Online-Journeys

Kolano, A.

2017, XX, 196 S. 39 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17567-2