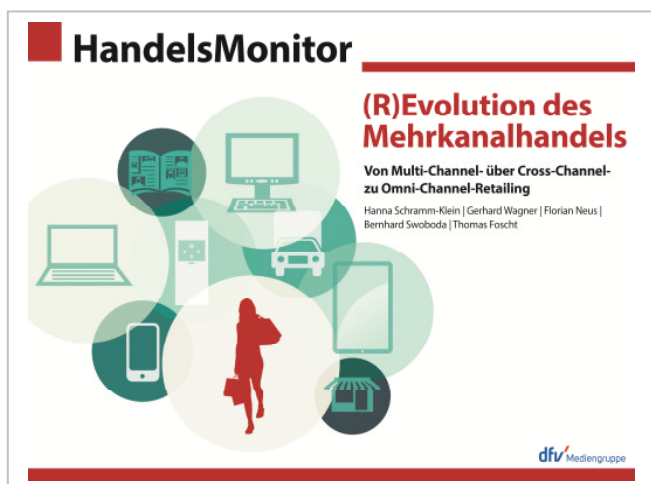


Hanna Schramm-Klein, Gerhard Wagner, Florian Neus,
Bernhard Swoboda, Thomas Foscht

**HandelsMonitor: (R)Evolution des Mehrkanalhandels
Von Multi-Channel- über Cross-Channel- zu Omni-Channel-
Retailing**

Deutscher Fachverlag GmbH
352 Seiten, Spiralbindung
€ 198,00 (D) | € 203,60 (A) | CHF 267,00



Kurztext

Multi-Channel-Retailing ist ein aktueller Mega-Trend im Handel: Ein Großteil der Händler baut zusätzliche Kanäle auf, um die Kunden auf alternative Arten anzusprechen mit dem Ziel, die Kundenbindung zu steigern und neue Kunden zu gewinnen.

Diese neuen Kanäle, insbesondere die Online-Kanäle beispielsweise im Bereich der mobilen Endgeräte oder des internetfähigen TV, differenzieren sich zunehmend aus.

Die Handelslandschaft steht bezogen auf ihre Betriebs- und Vertriebstypen mit diesen neuen Entwicklungen vor einer wesentlichen Neuausrichtung, die in diesem HandelsMonitor beleuchtet wird.

Die Studie dokumentiert und analysiert die Bedeutung und die vielfältigen Dimensionen dieses Themas auf Basis verschiedener Erhebungen (Expertenexploration und Konsumentenanalyse) und liefert dadurch den Lesern wertvolle Hilfestellungen für die strategische Ausrichtung des eigenen Unternehmens.

Deutscher Fachverlag GmbH
Fachbuch
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Telefon +49 711 2133-356
Telefax +49 711 2133-320

buchverlag@dfv-fachbuch.de
www.dfv-fachbuch.de