

Lukas Auerbach

Cross Channel Marketing. Sein Einfluss auf die Rolle des Verkäufers im stationären Handel

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783668267220

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/335018>

Lukas Auerbach

Cross Channel Marketing. Sein Einfluss auf die Rolle des Verkäufers im stationären Handel

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre

Bachelorarbeit

Der Einfluss von Cross Channel Marketing auf die Rolle des
Verkäufers im stationären Handel

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
1. EINLEITUNG	1
2. VOM SINGLE-CHANNEL ZUM MULTI-CHANNEL-VERTRIEB	2
2.1 Historische Entwicklung von Vertriebsansätzen	2
2.2 Grundprinzipien verschiedener Vertriebsansätze	2
2.2.1 Hol- und Bring-Prinzip	3
2.2.2 Direkte und indirekte Absatzkanäle	4
2.2.3 On- und Offline-Kanäle	4
3. CROSS-CHANNEL-MARKETING	7
3.1 Multiple-Channel-Retailing	7
3.2 Multi-Channel-Retailing	7
3.3 Multi-Channel-Marketing	8
3.4 Multi-Channel-Marketing: Anwendungsbeispiel	10
3.5 No-Line-Handel	12
3.6 Anmerkung	13
4. Veränderung des Konsumentenverhaltens	14
4.1 Die neue Macht des Kunden	14
4.2 Internet Paradoxon	14
4.3 Relevanz von Benutzbewertungen	15
4.4 Klassifizierung von Verbrauchertypen	16
4.5 Freeriding	18
4.6 Channal-Hopping	20
4.7 Statistik – Gründe für stationären Kauf	21
5. AUSWIRKUNG AUF DEN HANDEL	26
5.1 Allgemeine Herausforderungen	26
5.1.1 Paradigmenwechsel: Produktorientierung zu Kundenorientierung	26
5.1.2 Der Wandel vom Mass- und Target- zum Attraction Marketing	27
5.1.3 Trennung von Point of Sale und Point of Decision	30
5.1.4 Customer-Buying-Circle	31
5.1.5 Cross-Selling	33