Anonym

Die Bedeutung der Kundenbindung im Online-Handel. Rechtliche Rahmenbedingungen und Multi-Channel Vertrieb

Bachelorarbeit

GRIN

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

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.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 Verlages. 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: 9783668321212

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/342231

Anonym

Die Bedeutung der Kundenbindung im Online-Handel. Rechtliche Rahmenbedingungen und Multi-Channel Vertrieb

GRIN Verlag

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

Die Bedeutung der Kundenbindung im Online-Handel

- Rechtliche Rahmenbedingungen und Multi-Channel Vertrieb -

Bachelorarbeit

vorgelegt in der Bachelorprüfung im Studiengang International Business
des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Dortmund

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis **III**

Abkürzungsverzeichnis **IV**

Glossar **V**

1. Einführung **1**

1.1 Aktualität des Themas 1

1.2 Aufbau und Zielsetzung der Arbeit 3

2. Kundenbindung **4**

2.1 Begriffsbestimmung 4

2.2 Determinanten der Kundenbindung 6

2.2.1 Kundenzufriedenheit 6

2.2.2 Wechselbarrieren/-kosten 8

2.2.3 Attraktivität der Wettbewerbsangebote 8

2.2.4 Variety Seeking 9

2.2.5 Involvement 9

2.3 Instrumente des Kundenbindungsmanagements 10

2.3.1 Bindungsinstrumente der Kommunikationspolitik 11

2.3.2 Bindungsinstrumente der Preispolitik 13

2.3.3 Bindungsinstrumente der Leistungspolitik 15

2.3.4 Bindungsinstrumente der Distributionspolitik 16

2.4 Ausgewählte Online Instrumente zur Kundenbindung 17

2.4.1 Zahlungsmodalitäten 18

2.4.2 Einsatz von Präferenzprofilen 21

2.4.3 Virtuelle Verkäufer, Assistenten und Anproben 24

2.5 Ausgewählte Online Instrumente zur Kundengewinnung 26

2.5.1 SEO 26

2.5.2 SEA 28

2.5.3 Banner 30

2.5.4 Social Media Marketing 31

2.5.5 E-Mail Marketing 32

3. Rechtliche Rahmenbedingungen – rechtssichere Online-Werbung 33

3.1 Einführung in das Lauterkeitsrecht 34

3.2 Grundsätze des Datenschutzes 34

3.3 Eröffnung eines Kundenkontos 36

3.4 E-Mail Werbung 38

3.5 Gewinnspiele 40

3.6 Verwendung von Cookies 42

3.7 Kundenbindung durch Cross-Device Targeting 44

4. Marktentwicklung im Multi-Channel Vertrieb 47

4.1 Begriffsbestimmung und Entwicklung von Multi-Channel-Unternehmen 48

4.2 Möglichkeiten der Kundenbindung im Multi-Channel Vertrieb - Online- und Offline- Aktivitäten verzahnen 49

4.3 ROPO- Ein Trend im Kaufverhalten 54

5. Fazit 56

5.1 Checkliste rechtlicher Rahmenbedingungen 58