

Inhalt

I. Konsumentenverhalten als Ausgangspunkt des Multichannel-Managements

<i>Rudolf Ergenzinger und Thomas Bamert</i> Multichannel-Management als Antwort auf die Entwicklung des Kaufverhaltens – Mit Beispielen aus der Finanzdienstleistungs- und Handelsbranche	13
<i>Marcus Schögel, Dennis Herhausen und Melanie Aregger</i> Konsumentenverwirrtheit in Mehrkanalsystemen – Identifikation der Ursachen, Konsequenzen und Reduktionsstrategien für Handelsunternehmen	39
<i>Oliver Ehrlich, Christoph Erbenich und Manfred Kirchgeorg</i> Konsumentenverhalten in Mehrkanalsystemen – Empirische Erkenntnisse aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik	55
<i>Hendrik Schröder und Matthias Witek</i> Zur Bedeutung des Katalogkanals (Mailorder-Channel) für einen Multichannel-Retailer – Antworten geben die Kaufmotive	73

II. Anforderungen an das Management in Multichannel-Systemen

<i>Hans H. Bauer und Sabine Eckardt</i> Integration als Erfolgsfaktor im Multichannel-Retailing	105
<i>Shyda Valizade-Funder und Oliver P. Heil</i> Analysis of Purchase Termination as a Source of Competitive Advantage: Applying Learnings from Online to Offline	123
<i>Marcus Schögel und Nicolas Pernet</i> Konfliktmanagement in der Distribution – Konfliktarten, Konfliktursachen und Konsequenzen für das Konfliktmanagement in Mehrkanalsystemen . . .	149

III. Maßnahmen zur Kundengewinnung in Multichannel-Systemen

Jörn Redler und Franz-Rudolf Esch

Cross-Channel-Advertising (CCA) – Ansatzpunkte und Instrumente für die werbliche Kanalnutzungsbeeinflussung im Rahmen des Multichannel-Managements im Handel 175

Rainer Olbrich und Carsten D. Schultz

Mehrkanalstrategien zur Gewinnung von Neukunden – Zur Wirkung eines parallelen Einsatzes von Printmedien und Suchmaschinenwerbung ... 203

Axel Winkelmann und Matthias Boehm

Usability im E-Commerce – Eine Analyse von mittelständisch geprägten Online-Shops 227

IV. Eingeladene Gastbeiträge

Christian Holsing und Björn Schäfers

Social Commerce vor dem Hintergrund des Multichannel-Retailings – Entwicklung, Potenziale und Problembereiche 251

Christoph Windheuser und Karin Huber

Leistungsstarke IT-Systeme für Multichannel-Prozesse – Das Kundenverhalten bestimmt die IT-Prozesse 275

Autorenverzeichnis 291