

[Ebook free] Die digitale Zukunft des stationären Handels: Auf allen Kanlen zum Kunden

# Die digitale Zukunft des stationären Handels: Auf allen Kanlen zum Kunden

Von Andreas Haderlein

ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #256169 in eBooksVerffentlicht am: 2012-09-07Erscheinungsdatum: 2012-09-07File Name: B00962YYQO | File size: 26.Mb

**Von Andreas Haderlein : Die digitale Zukunft des stationären Handels: Auf allen Kanlen zum Kunden** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Die digitale Zukunft des stationären Handels: Auf allen Kanlen zum Kunden:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. So lernt man die Klaviatur von E- und Social-Commerce zu spielenVon Mark LetterZUR EINFHRUNG (die man auch berspringen kann) IN DAS THEMA AUS MEINER EIGENEN SICHT: Irgendwie sprte ich schon seit einigen Jahren, dass auch ich im Zeitalter von EBay, , Zalando, DaWanda und anderen nicht um dieses Thema herumkomme. Zuerst

dachte ich Dinge wie solche: "Mal wieder ein neuer, nutzloser Trend! Mit mir hat er nichts zu tun. Damit will ich nichts zu tun haben!! Ich komme auch ohne den Schnickschnack aus. Gewinne machen doch nur die, die diesen Trend ausrufen!!! Es reicht, einen Laden an einem guten Standort zu haben, dazu viele Stammkunden, dann ist alles gut." Die letzten Monate musste ich allerdings einsehen: "Mit dieser Einstellung kommt man heute nicht weit. Der Trend hin zur Prsenz in der Welt des Web 2.0 kann man nicht ignorieren." Ich kann mich sehr gut daran erinnern, 2010 bei Spiegel online einen Artikel über Umsatzmillionäre im deutschen Handel gelesen zu haben. Darin war mir zum ersten Mal sehr eindrucklich bewusst geworden, dass das online-Geschäft dauerhaft zu "dem" wichtigen Standbein für den gewerblichen Handel werden wird. Auch mir als hat das damals (trotz oder gerade wegen meiner steigenden Sorge) die Augen ein Stück weiter geöffnet und mich bewogen, die Augen offen zu halten. Jetzt bin ich auf dieses Buch gestoßen, und es hat mir den letzten Impuls gegeben, mich in dieser Richtung zu bewegen. ZUM BUCH SELBST UND WAS ICH DARAN GUT FINDE (was man eher nicht berspringen sollte): Der Autor Andreas Haderlein widmet sich dem bewiesenermaßen zukunftsrichtigen Thema "E-Commerce". Der Autor führt in "Die digitale Zukunft des stationären Handels" sehr gut vor Augen, warum 'Web 2.0' so wichtig ist und welche Chancen es bietet: über das Internet wird nicht nur verkauft, was das Zeug hält, im Internet wird auch getestet, bewertet und empfohlen oder eben auch abgeraten (z. B. über Onlineplattformen wie Facebook Stichwort "Like it"-Button). Wer eine eigene E-Commerce-Initiative starten und sie nach und nach ausbauen will, bekommt von Andreas Haderlein für die Wanderung in unbekanntes Terrain durch eine gigantisch große Zahl an Beispielen und konkreten Praxistipps viel hilfreiches Rüstzeug ins Gepäck. Der Autor stellt alle möglichen unterschiedlichen Kanäle vor, auf denen wir Kunden erreichen können. Gerade weil ich mich lange gegen die eingangs genannte Erkenntnis gewehrt habe, finde ich es Folgendes beruhigend, was mir Haderlein mit seinem Buch "Die digitale Zukunft des stationären Handels" klar gemacht hat: Keiner muss seine stationären Läden mit Schaufenster, Ladentheke und Verkaufsraum aufgeben. Voraussetzung aber ist, dass wir uns über den virtuellen Raum neue Märkte erschließen und neue Kunden gewinnen. (Dies könnte zum Beispiel über die passenden Homeshoppingmöglichkeiten durch eine ordentliche Internetpräsenz des Ladens selbst geschehen, aber auch, indem man Kontakte und Kundenbeziehungen im virtuellen Raum z. B. durch Facebook aufbaut). Wir müssen also lernen, unsere Kunden auf allen nur denkbaren Kanälen zu erreichen mit der Strategie des so genannten "Blicks and Clicks" (übersetzt so ähnlich wie "Backsteine und Mausclicks"). Die Kombination aus Laden (aus Stein und wirklich begehbar) und Onlinehandel (also dem Handeln im virtuellen Raum) soll es bringen? Mich berzeugt dieser Weg. Ich finde, dass dieses Fachbuch sehr gut zeigt, wie beide Seiten von diesen Neuerungen profitieren. Viel braucht es gar nicht. Nur den Mut, Facebook, Twitter für seine Win-win-Situation einzuspannen. Vor allem die Idee des Onlineabholmarktes war für mich ungeheuer hilfreich für den Aufbau einer neuen Geschäftsstrategie: Lass den Kunden online bestellen und dann kann er alles fix und fertig eingepackt einfach ohne großen Aufwand am Extraabholhalter abholen und ansonsten fürs Erste: Versieh Deine Onlinepräsenz mit dem Like-it-Button. Ein Anfang ist gemacht. Das Buch hat geholfen, weitere Überlegungen anzustellen. Und es wird helfen an meiner ganz eigenen Web-2.0-E-Commerce-Social-Network-Strategie zu feilen. Erste Klasse. Etwas Ingeres Fazit: "Die digitale Zukunft des stationären Handels" ist ein genialer Leitfaden durch die Welt des E-Commerce. Nachdem ich dieses Buch zu Ende gelesen hatte, war mir endgültig klar, wogegen ich mich in einem schmerzhaften Prozess gewehrt habe: Nur wer AUCH als Internethändler unterwegs ist, kann Kunden von heute auch als Kunden von morgen behalten und vor allem neue dazugewinnen. Dieses Buch betrachte ich als großen Gewinn, weil es mir den letzten Schub in die Richtung dieser Erkenntnis gegeben hat und dazu einige ganz konkrete Ratschläge, wie ich mich auf die neuen Gegebenheiten vorbereiten kann. Wer begriffen hat, dass auch und vor allem das "digitale Schaufenster Internet" heute Kunden in den virtuellen wie echten Läden lockt, fragt sich vielleicht, worauf er achten muss. Dieses Buch zeigt, wie Ladenbesitzer und Verkäufer von heute durch "Cross-" und "Omni-Channeling" alle nur denkbaren Kanäle der digitalen Welt bespielen können, um ihre Kunden dauerhaft zu halten und über neue Kundentypen Potenziale zu erschließen, die Profit bringen. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. für Einsteiger Von AMZ-Kundemeines Erachtens geeignet für Einsteiger in das Thema E-Commerce - Schwerpunkt Einzelhandel aber auch für alle die ihr Wissen rund um dieses Thema abrunden möchten 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Auf jeden Fall weiter zu empfehlen Von D Kluge Ich würde auf jeden Fall dieses Buch noch einmal kaufen! Daher sehr zu empfehlen bei Studium und Schule auf jeden Fall!

Kurzbeschreibung E-Commerce boomt. Wird es deshalb ein Artensterben im stationären Handel geben? Die Antwort ist genauso einfach wie schmerzhaft: Ja. Denn Läden zum Anfassen können bald ihre Türen schließen, falls sie sich nicht auf eine mit Smartphone bewaffnete Kundschaft sowie neue Ansätze im Handelsmarketing einstellen. Multi-Channel-Strategien gehören ebenso dazu wie eine zeitgemäße Positionierung als Arbeitgeber. Doch dieses Buch des Innovationsberaters Andreas Haderlein ist kein Abgesang auf Brick Mortar, auf den handfesten Verkaufsort in der Fußgängerzone. Vielmehr liefert der Autor stationären Händlern, Shop-Betreibern und Dienstleistern wichtige Impulse und erfrischende Ideen, sich erfolgreich am Markt zu behaupten und Alleinstellungsmerkmale auszubauen. Kurzbeschreibung E-Commerce boomt. Wird es deshalb ein Artensterben im stationären Handel geben? Die

Antwort ist genauso einfach wie schmerzhaft: Ja. Denn Lden zum Anfassen knnen bald ihre Tren schlieen, falls sie sich nicht auf eine mit Smartphone bewaffnete Kundschaft sowie neue Anstze im Handelsmarketing einstellen. Multi-Channel-Strategien gehen ebenso dazu wie eine zeitgema Positionierung als Arbeitgeber. Doch dieses Buch des Innovationsberaters Andreas Haderlein ist kein Abgesang auf Brick Mortar, auf den handfesten Verkaufsort in der Fugngerzone. Vielmehr liefert der Autor stationren Hndlern, Shop-Betreibern und Dienstleistern wichtige Impulse und erfrischende Ideen, sich erfolgreich am Markt zu behren und Alleinstellungsmerkmale auszubauen.ber den Autor und weitere MitwirkendeANDREAS HADERLEIN, Jg. 1973, ist Wirtschaftspublizist und Unternehmensberater. Er ist Grnder und Inhaber der Innovationsberatung fr Handel und Dienstleistung SALES DESIGN ([www.sales-design.de](http://www.sales-design.de)) und gefragter Redner auf internationalen Kongressen, Messe-Events und internen Veranstaltungen. Von 2002 bis 2011 arbeitete er fr das renommierte Zukunftsinstitut von Matthias Horx, wo er unter anderem die Zukunftsakademie leitete. Seit 2009 ist er zudem Geschftsfhrer der SOCCR.NET GbR, die sich auf Aufbau und Vermarktung von Online-Informationendiensten im Sportbereich spezialisiert ([www.fussballgucken.info](http://www.fussballgucken.info)). Die Schwerpunkte seiner Forschungsttigkeit sind Neue Medien, E-Commerce und Handelsmarketing. Neben zahlreichen Artikeln und Interviews in der Wirtschaftsfachpresse hat Andreas Haderlein in den vergangenen Jahren als Autor und Co-Autor acht Bcher, Studien und Trenddossiers verffentlicht, darunter "Marketing 2.0" (2006), "Future Shopping" und "Social Commerce" (2008), "Sales Design" (2009) und "Die Netzgesellschaft" (2011).