



X, 50 S. 6 Abb.

Printed book

Softcover

[1] 14,99 € (D) | 15,41 € (A) | CHF 17,00

eBook

[2] 4,99 € (D) | 4,99 € (A) | CHF 5,50

Available from your library or
springer.com/shop

Dominik Große Holtforth

Schlüsselfaktoren im E-Commerce

Innovationen, Skaleneffekte, Daten und Kundenzentrierung

Series: essentials

- Übersicht über die wichtigsten strategischen Erfolgsfaktoren in der Digitalisierung und ihre Anwendung auf Geschäftsmodelle im E-Commerce
- Grundlegende Impulse für die Neuausrichtung von Geschäftsmodellen
- Enthält einen Workflow und eine Agenda zur Umsetzung der zentralen Erfolgsfaktoren im E-Commerce

Das essential zeigt, wie digitale Innovationen, Customer Centricity, Skaleneffekte und Data Driven Marketing zu nachhaltigen Kundenbeziehungen und Wettbewerbsvorteilen im E-Commerce führen. Dazu werden die vier Schlüsselfaktoren im E-Commerce umfassend dargestellt. Leser und Leserinnen erhalten grundlegende Impulse für die Neuausrichtung von Geschäftsmodellen, zur Gestaltung von Wachstumsprozessen und zur Erzielung nachhaltiger Erträge. Das essential geht dabei über die übliche Auflistung von operativen To-dos hinaus und zeigt Faktoren auf, die digitalen Technologien und E-Commerce zu disruptiver Wirkung verhelfen.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

