



02 | 2017

SCHWERPUNKT

E-Commerce

16 Das ist erst der Anfang

Zukunftsforscher Sven Gábor Jánosky zeigt, warum Händler beim digitalen Wandel zu kurzfristig denken – und daher mit falscher Strategie agieren.

26 „Der Buchhandel ist nicht mehr tot“

Manuel Herder, geschäftsführender Gesellschafter des Herder Verlags und Mitinhaber von Thalia, über E-Commerce und Digitalisierung.

32 Keine Wunder

Wie Unternehmen Daten intelligent einsetzen – und sich so Wettbewerbsvorteile verschaffen.

38 Digital geht auch lokal

Lokale Händler entdecken das Digitale – und wollen Innenstädte so attraktiv halten.

46 Mitten drin

Wie Augmented und Virtual Reality das Einkaufserlebnis für die Kunden komplett umkrempeln.

52 Zustellung neu gedacht

Warum der E-Commerce neue Zustellkonzepte braucht.

58 Auf allen Kanälen

Ohne Kundenservice kein erfolgreicher E-Commerce.

62 „Der Siegeszug des E-Commerce hält an“

Der stationäre Handel muss sich komplett neu erfinden, sagt E-Commerce-Experte Gerrit Heinemann.



› 46

Digitale Technik kann Käuferlebnisse schaffen wie einst Tante Emma.



Big Business dank Big Data? Mit Business Intelligence können Unternehmen effizienter arbeiten.



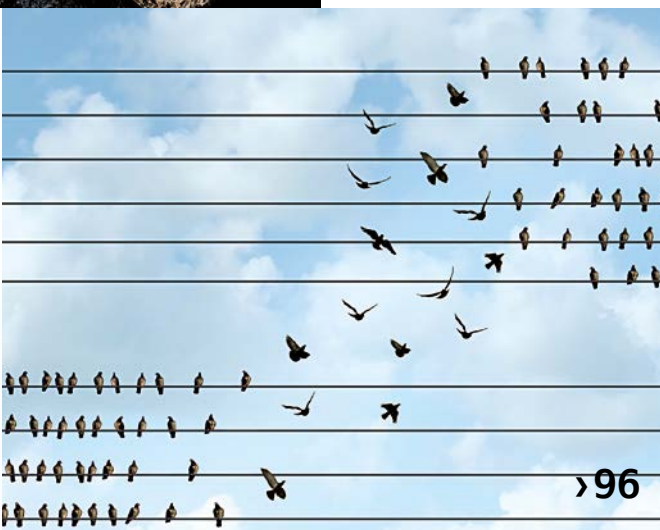
Modernes Leadmanagement öffnet Neukunden die Tür.

› 76



Kunde, komm
bald wieder: After-
Sales-Service wird
immer wichtiger.

›70



›96

GOOD TO KNOW

06 Die reichweitenstärksten Onlineshops

Amazon ist im Jahr 2016 überdurchschnittlich gewachsen. Hinter dem E-Commerce-Marktführer kommt lange nichts und dann zweimal Ebay, Otto sowie Media Markt.

CUSTOMER JOURNEY

70 Optimierte Daten für bessere Kommunikation

Big Data kann helfen, ein Customer Lifecycle- und ein entsprechendes Customer Value-Modell zu entwickeln.

76 Gut geködert ist halb gewonnen

Ohne gute Buyer Personas werden Unternehmen Probleme haben, relevante Inhalte zu erstellen.

82 Heut' liegt was in der Luft, in der Luft, in der Luft ...

Redensarten und Schlagertexte beim Wort zu nehmen, ist ein Ausgangspunkt für gute Ideen.

86 Im Bann des Duopols

Google und Facebook polarisieren die Marketingwelt. Die digitale Werbebranche muss sich arrangieren.

94 Mit Service aus der Nische

Warum der Spritzgussformenhersteller Kick konsequent auf Kundenorientierung setzt.

96 Revolution des Kundenservice

Im After-Sales-Management wird die Kundenbetreuung proaktiv, integriert und omnipräsent.

FÜR SIE PERSÖNLICH

102 Richtig verhandeln

Einwandbehandlung und Gegenstrategien: Verhandeln ist eine Kunst, die gelernt werden kann.

STANDARDS

03 Editorial

106 Karriere und Stellenmarkt

113 Vorschau, Impressum

114 Nachgefragt