

MULTICHANNELING IM MODEHANDEL



Von der Instore-Digitalisierung bis zum
Cross-Channel-Management

Praxiswissen Textil | Schuhe | Leder

BTE BDSE BLE

Multichanneling im Modehandel (2016) – PDF

Autor: Prof. Dr. Niklas Mahrtdt, MEDIA ECONOMICS INSTITUT, Köln

Multi-Channel, Cross-Channel, Omni-Channel, Digitalisierung und Online-Maßnahmen mit oder ohne Online-Shop zur Belebung der Kundenfrequenz und des Umsatzes sind Themen, die den Modehandel derzeit vor große Herausforderungen stellen. Diesen wird über eine Erweiterung und Verknüpfung der eigenen Vertriebskanäle begegnet. Denn viele Konsumenten haben ihr Kaufverhalten massiv verändert und wechseln bei Recherche, Information und Kauf beliebig zwischen den offline und online angebotenen Kanälen hin und her – dabei erwarten sie einen exzellenten Service und tauschen sich über ihre Erfahrungen aus.

Dieser Titel aus der Reihe BTE-Praxiswissen Textil | Schuhe | Leder gibt Antworten darauf, wie es strategisch, organisatorisch, technisch und unternehmens-kulturell zu meistern ist, seine Multi-Channel-Angebote so zu gestalten und zu verknüpfen, dass dem Modekunden ein kanalübergreifendes Einkaufserlebnis ohne Barrieren ermöglicht wird. Dies erfordert u. a., dass die Mitarbeiter, z. B. durch kanalübergreifende Provisionsregelungen, mitgenommen werden und dass das IT-System Echtzeit-Informationen liefert. Autor ist Professor Dr. Niklas Mahrtdt vom Media Economics Institut, Köln, der in dieser Fachreihe auch schon den Titel Aufbau eines Fashion-Online-Shops geschrieben hat.

Preis: 49,00 € inkl. MwSt

Hinweis zu einer pdf-Bestellung: Wir versenden die pdf-Datei per E-Mail in der Regel innerhalb von 1 bis 2 Werktagen nach Eingang der Bestellung. Die pdf-Datei wird von uns mit dem Namen des Unternehmens sowie Vor- und Zuname des Käufers individualisiert und ist ausschließlich für den Gebrauch des Käufers bestimmt. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.