

[Online library] eCommerce und Kundenzufriedenheit (German Edition)

eCommerce und Kundenzufriedenheit (German Edition)

Jan-Thomas Nielsen

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



 Download

 Read Online

#3827077 in eBooks 2001-12-21 2001-12-22 File Name: B007GY0A8A | File size: 21.Mb

Jan-Thomas Nielsen : eCommerce und Kundenzufriedenheit (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised eCommerce und Kundenzufriedenheit (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2001 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 2,0, Fachhochschule Flensburg (Fachbereich Wirtschaft), Veranstaltung: Internationales Marketing, Sprache: Deutsch, Abstract: Die weltweit zunehmende Nutzung des Internet gibt tagtäglich immer mehr Menschen die Möglichkeit, sich zu informieren und miteinander zu kommunizieren.

Es scheint so, als werde die Welt zu einem "globalen Dorf". Jeder kann jederzeit auf alle ihn interessierenden Informationen zugreifen, sie mit anderen diskutieren oder selbst Informationen (welcher Art auch immer) ins "Netz" stellen. Der Verkauf von Waren und/oder Dienstleistungen über das Internet, der sogenannte E-Commerce scheint geradezu prädestiniert dazu zu sein, zur Kundenzufriedenheit beizutragen: die Kunden herrschen nahezu Markt- und Preistransparenz, da sie sich über das Medium Internet umfassend über alle (hier vertretenen) Hersteller und Produkte informieren können. Des Weiteren werden die meisten Produkte per Post ins Haus geliefert, so dass die Kunden im Sinne maximaler Bequemlichkeit ihr Haus nicht verlassen müssen, um (bestimmte) Güter einzukaufen. Doch nimmt mit zunehmendem Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet auch die Zufriedenheit der Kunden zu, die das Medium Internet zum Einkaufen benutzen? Ist die "New Economy" in puncto Kundenzufriedenheit wirklich so "neu" bzw. so grundlegend verschieden von der "Old Economy"? Der E-Commerce wird aus Unternehmens- und aus Kundensicht betrachtet, um die unterschiedlichen Betrachtungsweisen und Anforderungen der beiden Sichten näher zu untersuchen. Es wird jedoch nicht nur der reine E-Commerce beleuchtet. Um das Themengebiet Kundenzufriedenheit im Zusammenhang mit dem Medium Internet näher zu beleuchten, werden in Kapitel 2.4.1 sogenannte "Communities" und ihre mögliche Bedeutung für die Kundenzufriedenheit erläutert. Aspekte wie Sicherheit, Zahlungsmöglichkeiten im Internet, Logistik und Marketing werden ebenfalls behandelt. Im Kapitel 2.4.2 wird das Thema "One-to-One Marketing" und sein möglicher Beitrag zur Kundenzufriedenheit kurz angeschnitten, um dann in der Diplomarbeit des Autors mit dem Titel "One-to-One Marketing und Kundenzufriedenheit" ausführlich behandelt zu werden.