

Titel:

Best Practice in E-Commerce – Erfolgsfaktoren des deutschen Versandhandels

Erscheinungsjahr: 2006

Erhebungsjahr der Daten: 2005

Umfang: 144 S.

Inhalt der Studie:

Das Internet ist in den Bestellprozessen des deutschen Versandhandels nicht mehr wegzudenken. Der enorme Boom setzte sich auch in 2005 fort. Mittlerweile werden fast ein Drittel aller Umsätze über das Internet erwirtschaftet. Haben im Jahr 2005 erst 12,5 Mio. Menschen Waren über das Internet bestellt, sind es im Jahre 2005 bereits 24,8 Mio. Menschen (jeweils im Alter von 14 – 64 Jahren). Durch das Zusammenwachsen der unterschiedlichen Medien ist die endgültige Entwicklung im E-Commerce, Mobile-Commerce und T-Commerce erst am Anfang einer noch spannenden Entwicklung.

Das Bewusstsein in diesen Bereichen Aktivitäten zu bündeln, ist ganz deutlich bei den deutschen Versendern zu spüren. In der aktuellen Studie des Bundesverbandes des deutschen Versandhandels in Zusammenarbeit mit dem Institute of Electronic Business e.V. werden auf 144 Seiten Einblicke in den aktuellen Versandhandel und die Entwicklungsmöglichkeiten gegeben. Besondere Schwerpunkte liegen hierbei auf den Themenbereichen: E-Commerce, Mobile Commerce, T-Commerce. Ausgewählte Praxisbeispiele veranschaulichen die Verknüpfung von Theorie und Praxis. Die Best Practice Fälle wurden in enger Zusammenarbeit mit den bekannten Versendern: Otto, Quelle, Baur, Globetrotter und Tchibo erstellt.

Features der Studie:

Versandhandel 2005/ 2006 – eine Traditionsbranche im Umbruch
 Erfolgsfaktoren Internet – Neuer Handel für neue Märkte
 Zukunftsmarkt Mobile Commerce
 Zukunftsmarkt T-Commerce
 Die neue Konvergenz – Versandhandel in Zeiten komplexer Märkte

Preis:

495€ für nicht Mitglieder im Bundesverband des deutschen Versandhandels
 150€ für Mitglieder im Bundesverband des deutschen Versandhandels

Kontakt: GL-Sekretariat@versandhandel.org