

Versandhandelsmanagement: Grundlagen, Prozesse und Erfolgsstrategien für die Praxis



Jan Thieme

Versandhandels- management

Grundlagen, Prozesse und
Erfolgsstrategien für die Praxis

2., aktualisierte
und ergänzte Auflage



Urheberrechtlich geschütztes Material

Datum: 3. Februar 2008
Verlag: Gabler Verlag
Autor: TGMC Management Consulting GmbH
Seitenzahl: 366 Seiten
Sprache: Deutsch

Der Siegeszug des Direktmarketings durch die Branchen und Anwendungs- biete hat seinen Anfang im Versandhandel genommen. Zu dem Verkauf von Waren per Paket, heute häufig Distanzhandel genannt, kamen die Abonn- tenwerbung fiir Zeitungen und Zeitschriften, der Direktvertrieb von Lotter- losen oder Ferienreisen. In den 90er Jahren traten die Direktbanken und Direktversicherungen als weitere wichtige Anwenderbranchen hinzu. He- zutage werden Dienstleistungen aller Art - darunter Telekommunikation oder Energie - auf dem Wege des Direktmarketings beworben und verkauft. Das Direktmarketing ist eine wichtige Erganzung der klassischen Werbung gew- den und verbessert nachweislich die Erfolgchancen der Markenartikelind- trie. Direktmarketing ist zu einem unverzichtbaren Bestandteil des Marke tings im Business-to-Consumer und im Business-to-Business geworden. Den Anfang hat diese Entwicklung allerdings im Versandhandel genommen. Hier bestehen die langsten und fundiertesten Erfahrungen auf diesem Gebiet. Der Versandhandel war immer Vorreiter auf Gebieten wie Customer Rela tionship Management (CRM), Database Marketing, Kundenbindung oder Customer Service. Alle anderen Anwendungsgebiete des Direktmarketings haben die Erfahrungen des Versandhandels adaptiert und zum Teil weiter- wickelt. Durch die Verbreitung des Internets mit E-Commerce und Online-Versa- handel hat der Versandhandel, der in Deutschland auf eine lange Tradition - riickblickt, eine neue Aktualitat erhalten und auch einen wirtschaftlichen A- schwung genommen. Der Kreis der Distanzhandler hat zugenommen und wird in der Tendenz auch noch weiter wachsen. Das Internet hat fiir viele Play er den Marktzutritt wesentlich erleichtert. Gerade auch fiir die neuen Mar- teilnehmer ist ein professionelles Managementwissen, das iiber den engen - reich des Online-Marketings hinausgeht, von erfolgsentscheidender Bed- tung.

<https://k2s.cc/file/5e02296ad7bba/hffot6aOs.pdf.rar>