



Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse



Download



Online Lesen

Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse Bernd W. Wirtz ebook pdf

Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse

Bernd W. Wirtz

Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse Bernd W. Wirtz

 [Download Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente ...pdf](#)

 [Online lesen Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrument ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse Bernd W. Wirtz

427 Seiten

Kurzbeschreibung

Steigende Kundenansprüche und Innovationen im Internetvertrieb erfordern ein zielgerichtetes Management und eine flexible Ausgestaltung multipler Absatzkanäle. Durch Multi-Channel-Marketing lassen sich dabei herausragende Wettbewerbsvorteile erzielen. Dieses Buch gibt einen umfassenden und systematischen Überblick über die Grundlagen sowie das Management von Multi-Channel-Marketing. Buchrückseite
Steigende Kundenansprüche und Innovationen im Internetvertrieb erfordern ein zielgerichtetes Management und eine flexible Ausgestaltung multipler Absatzkanäle. Durch Multi-Channel-Marketing lassen sich dabei herausragende Wettbewerbsvorteile erzielen. Dieses Buch gibt einen umfassenden und systematischen Überblick über die Grundlagen sowie das Management von Multi-Channel-Marketing. „*Multi-Channel-Marketing ist für Unternehmen immer öfter ein zentraler Erfolgsfaktor im Wettbewerb um Kunden. Das Lehrbuch von Bernd Wirtz liefert hierzu einen klar strukturierten, integrierten und theoretisch fundierten Überblick. Dem Autor ist es in hervorragender Weise gelungen, die erhebliche Komplexität und Anwendungsvielfalt sehr anschaulich aufzubereiten und gleichzeitig einen hohen Praxisbezug herzustellen.*“

Dr. Rainer Hillebrand, Stv. Vorstandsvorsitzender der Otto Group, Konzern-Vorstand Konzernstrategie, E-Commerce, Business Intelligence *"Wirtz geht die ganze Strecke von der theoretischen Fundierung des Multi-Channel-Marketing bis hin zur praktischen Umsetzung. Ein gesamthafter Ansatz, der gefehlt hat, gleichzeitig ein Nachschlagewerk für spezifische Fragestellungen. 'Der Wirtz' ist unentbehrlich für jeden, der sich in Studium oder Praxis mit diesem hochaktuellen Thema beschäftigt."*

Dr. Arno Mahlert, Vorsitzender des Aufsichtsrates GfK SEDer AutorUniv.-Prof. Dr. Bernd W. Wirtz ist Inhaber des Lehrstuhls für Informations- und Kommunikationsmanagement an der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Univ.-Prof. Dr. Bernd W. Wirtz ist Inhaber des Lehrstuhls für Informations- und

Kommunikationsmanagement an der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer.

Download and Read Online Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse Bernd W. Wirtz

#UISY3MZR90K

Lesen Sie Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz für online ebookMulti-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz Kostenlose PDF download, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz Bücher online zu lesen.Online Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz ebook PDF herunterladenMulti-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz DocMulti-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz MobipocketMulti-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse von Bernd W. Wirtz EPub