



Showrooming im stationären Einzelhandel

Entwicklung eines Erklärungsmodells des opportunistischen Konsumentenverhaltens

Ladenpreis: 66,81 EUR

ISBN: 978-3-658-24963-2

Auflage: 1. Aufl. 2019

Verlag: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Springer Gabler

Erscheinungsdatum: 07.01.2019

Autoren: Schneider André

Reihe: Markenkommunikation und Beziehungsmarketing

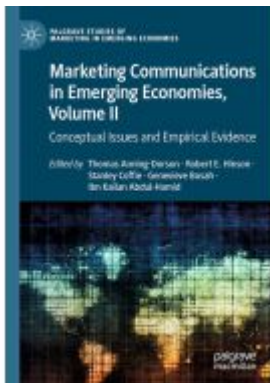
WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexis.at/showrooming-im-stationaeren-einzelhandel-9783658249632.html>

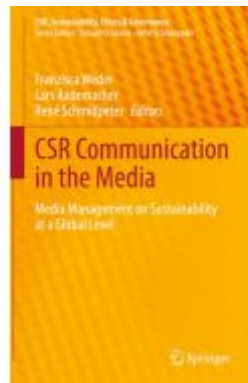
Details

Rund drei von vier Deutschen lassen sich in einem Fachgeschäft ausführlich beraten, kaufen jedoch die Ware später im Internetshop eines Wettbewerbers. Dieses als Showrooming bezeichnete Konsumverhalten ist mit der steigenden Akzeptanz des Onlinehandels zu einer wachsenden Herausforderung des stationären Handels geworden. André Schneider entwickelt auf Basis der Behavioral Reasoning Theory ein Erklärungsmodell des Showroomingverhaltens und testet es empirisch. Der Autor gewährt mit der Untersuchung nicht nur tiefgreifende Einsichten in das opportunistische Kaufverhalten im Multi-Channel-Kontext des Handels, sondern liefert auch wertvolle Erkenntnisse für die Praxis.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



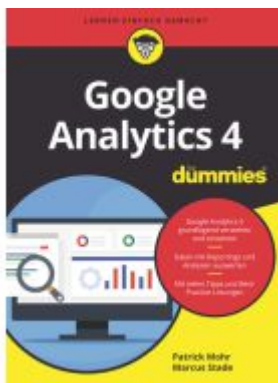
Marketing Communications in Emerging Economies, Volume II
Ladenpreis: 164,99EUR



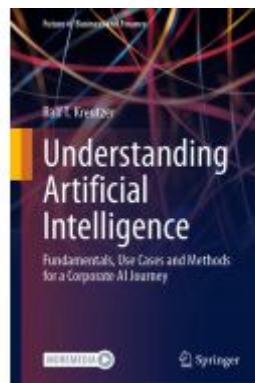
CSR Communication in the Media
Ladenpreis: 164,99EUR



Reputation Management
Ladenpreis: 30,90EUR



Google Analytics 4 für Dummys
Ladenpreis: 25,70EUR



Understanding Artificial Intelligence
Ladenpreis: 87,99EUR



Advances in National Brand and Private Label Marketing
Ladenpreis: 175,99EUR



Market Research with Panels
Ladenpreis: 54,99EUR



Praxishandbuch Vertriebsrecht
Ladenpreis: 84,00EUR



Handbuch Digitales Marketing
Ladenpreis: 39,90EUR



Verhandlungstraining im Einkauf
Ladenpreis: 39,06EUR