



E-Commerce w Praktyce: Przewodnik po Skutecznych Strategiach Rynkowych

Indeks: **716142** Producent: **Springer Gabler** Kod producenta: **9783658434526**

Cena: **240.73 zł**

Opis

An die Spitze im E-Commerce: Neues Wachstum im Online-Handel durch überlegene Differenzierung

Producent: Springer Gabler

- **temat:** Business applications, E-commerce: business aspects, Retail sector, Sales & marketing, Anlage (finanziell) - Geldanlage, Datenverarbeitung / Anwendungen / Wissenschaften, Electronic Commerce - E-Commerce, Electronic Marketing - Online-Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Digital Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / General (see also COMPUTERS / Electronic Commerce), Business & Economics / E-Commerce / Internet Marketing, Business & Economics / Industries / Retailing, COMPUTERS / Electronic Commerce (see also headings under BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce), Computers / Electronic Commerce, 1st-Party-Data, ANF: Industry, Allgemeines, Lexika, Ambidextrie in Organisationen, Anlage (finanziell) - Geldanlage, Anwendungen, BUSINESS & ECONOMICS, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Digital Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / General, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / General (see also COMPUTERS / Electronic Commerce), BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Online Trading, BUSINESS & ECONOMICS / Industries / Retailing, Brandformance, Business, Business & Economics/E-Commerce - Online Trading, Business & Economics/Industries - Retailing, Business applications, Business/Economics, COMPUTERS, COMPUTERS / Electronic Commerce, COMPUTERS / Electronic Commerce (see also headings under BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce), Computer applications in the social and behavioural sciences, Computer-Anwendungen in den Sozial- und Verhaltenswissenschaften, Computers/Electronic Commerce (see also headings under Business & Economics - E-Comme, Datenverarbeitung, Datenverarbeitung / Anwendungen / Wissenschaften, Digital Marketing, E-Commerce, E-Commerce - Online Trading, E-Commerce), E-Commerce, E-Business, E-Commerce-Marketing, E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Product-Market-Fit; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Triple Bottom Line; Environmental, Social, and Governance (ESG), E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Product-Market-Fit; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Environmental, Social, and Governance (ESG); Triple Bottom Line, E-Commerce: geschäftliche Aspekte, E-E-A-T, E-commerce: business aspects, Economics, Effizienz und Effektivität im Marketing, Einzel- und Großhandel, Einzelne Wirtschaftszweige, Branchen, Electronic Commerce, Electronic Commerce (see also headings under BUSINESS & ECONOMICS, Electronic Commerce (see also headings under Business & Economics - E-Comme, Electronic Commerce - E-Commerce, Electronic Commerce), Electronic Marketing - Online-Marketing, Environmental, Social, and Governance (ESG), General, General (see also COMPUTERS, HC, HC/Wirtschaft/Allgemeines, Lexika, HC/Wirtschaft/Einzelne Wirtschaftszweige, Branchen, HC/Wirtschaft/Werbung,

Marketing, Handel, Kommunikation, Verkehr, Hardcover, Softcover, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Einzelne Wirtschaftszweige, Branchen, Industries, Industries - Retailing, Jobs-To-Be-Done Onlinehandel, KPI und Erfolgsmessung, Kohortenanalyse, Kundenbindung für Online-Shops, Kundenorientierung, Lern- und Anpassungsfähigkeit, Marketing Mix Modeling, Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Environmental, Social, and Governance (ESG); Triple Bottom Line; E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Product-Market-Fit, Marketingstrategie im Onlinehandel, Non-Fiction, Online Trading, Online marketing, Online marketing / Social media marketing, Online-Marketing, Online-Marketing / Social Media Marketing, Persona im Online-Handel, Product-Market-Fit, Relevanz und operative Exzellenz, Retail and wholesale industries, Retail sector, Retailing, Sales & marketing, Social Media Marketing, TEXT, Trade and Retail, Triple Bottom Line, Verstehen, Wachstumsstrategien für Online-Händler, Werbung, Marketing, Wirtschaft, Wissenschaften, e-Commerce and e-Business, Computer applications in the social and behavioural sciences, E-Commerce, E-Business, Online marketing, HC/Wirtschaft/Allgemeines, Lexika, HC/Wirtschaft/Einzelne Wirtschaftszweige, Branchen, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing

- **wiązący:** paperback
- **język:** german, german, german
- **waga przedmiotu:** 422 grams
- **strony:** 300
- **słowo kluczowe tematu:** 1st-Party-Data, E-Commerce-Marketing, E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Product-Market-Fit; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Triple Bottom Line; Environmental, Social, and Governance (ESG), E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Product-Market-Fit; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Environmental, Social, and Governance (ESG); Triple Bottom Line, E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Product-Market-Fit; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Environmental, Social, and Governance (ESG); Triple Bottom Line, Jobs-To-Be-Done Onlinehandel, Kundenorientierung, Marketing Mix Modeling; Kohortenanalyse; Effizienz und Effektivität im Marketing; Brandformance; Relevanz und operative Exzellenz; E-E-A-T; Lern- und Anpassungsfähigkeit; Ambidextrie in Organisationen; Environmental, Social, and Governance (ESG); Triple Bottom Line; E-Commerce-Marketing; Wachstumsstrategien für Online-Händler; Marketingstrategie im Onlinehandel; 1st-Party-Data; Kundenorientierung; Jobs-To-Be-Done Onlinehandel; Persona im Online-Handel; Kundenbindung für Online-Shops; KPI und Erfolgsmessung; Product-Market-Fit, Marketingstrategie im Onlinehandel, Product-Market-Fit, Wachstumsstrategien für Online-Händler
- **kod unspsc:** 55101500
- **kod podmiotu:** BUS090010, BUS090000, BUS090010, BUS057000, COM064000, COM064000, 1781, 1786, 1785, UXJ, KJE, KJSG, ANLA4000, DATE6909, ELEC3500, ELEC3600, UF, KJE, KNPR, KJS
- **grupa docelowa:** General/trade
- **numer części:** 9783658434526
- **kolor:** Yellow
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.47 kilograms
- **wydanie:** 2024
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 365843452X, 9783658434526, 09783658434526
- **producent:** Springer Gabler
- **autor:** Clausen, Stefan
- **gatunek muzyczny:** Retail sector, Sales & marketing, Business applications, E-commerce: business aspects,

BUSINESS & ECONOMICS, Industries, Retailing, BUSINESS & ECONOMICS, E-Commerce, Digital Marketing, COMPUTERS, Electronic Commerce (see also headings under BUSINESS & ECONOMICS, E-Commerce), BUSINESS & ECONOMICS, E-Commerce, General (see also COMPUTERS, Electronic Commerce), HC, Wirtschaft, Einzelne Wirtschaftszweige, Branchen, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, HC, Wirtschaft, Allgemeines, Lexika, Retail sector, Online marketing, Computer applications in the social and behavioural sciences, E-commerce: business aspects

- **Data publikacji:** 2024-02-22T00:00:01Z
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** An die Spitze im E-Commerce: Neues Wachstum im Online-Handel durch überlegene Differenzierung
- **data premiery:** 2024-02-22T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2023-10-25T04:01:47.589Z

Parametry

Autor	Stefan Clausing
Data wydania	2024-02-22
Ilość stron	300
Typ okładki	miękka
Waga	422g