

1. Record Nr.	UNINA9910148851003321
Titolo	Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel [[electronic resource] ] : Vom Point-of-Sale zum Point-of-Decision im Digital Commerce
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (XXIV, 528 S.)
Disciplina	658.87
Soggetti	E-business Electronic commerce E-commerce Trade Business Commerce e-Business/e-Commerce
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Digitalisierung im Handel - Point-of-Sale versus Point-of-Decision -- Digitale Disruption -- Digitale Adoption -- Digitale Transformation -- Spezialaspekte.
Sommario/riassunto	Dieses Buch zeigt, wie sich der traditionelle Handel im Zuge der digitalen Transformation quasi neu erfinden und digitales Wissen ins Haus holen kann. Renommierete Autoren aus Wissenschaft und Praxis erläutern, welche Ziele mit der Digitalisierung verfolgt und welche Digitalstrategien schließlich adoptiert werden sollen. „Digital Insider“ gehen davon aus, dass mittel- bis langfristig keine Branche von dem disruptiven, digitalen Wandel verschont bleibt. Jedes attraktive Marktsegment wird von Investoren so lange befeuert, bis sich ein digitaler Player durchsetzt. Wer auch in Zukunft erfolgreich ein Geschäft betreiben will, braucht darauf eine Antwort. Nach dem Vorbild der digitalen Disruption lässt sich ohne Zweifel die größte Wachstumsdynamik mit Online Pure Plays entwickeln: Sie wachsen

„ohne Ballast und Altlasten“ in unglaublicher Geschwindigkeit. Allerdings bringen die Pure Plays die dringend erforderliche digitale Transformation im angestammten Geschäft selten voran. Dieses Werk schafft Klarheit über die Möglichkeiten der Digitalisierung und präsentiert dabei die Best Practices für digitale Disruption Alibaba, zooplus, Mister Spex, fahrrad.de und vente-privee, für digitale Adoption MG bei eBay, Beiersdorf, Bonial/kaufDA, TriPos und Pfister, sowie schließlich als Topbeispiele für erfolgreiche digitale Transformation Thalia, Axel Springer, Conrad Electronic und UNITO. Die Herausgeber Prof. Dr. Gerrit Heinemann ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, Management und Handel sowie Leiter des eWeb Research Center an der Hochschule Niederrhein. Zudem bekleidet er verschiedene Aufsichtsratsfunktionen in E-Commerce- bzw. Handelsunternehmen. H. Mathias Gehrckens ist Mitbegründer und Managing Partner der dgroup, ansässig in Düsseldorf. Uly J. Wolters ist Mitbegründer und Managing Partner der dgroup, ansässig in Hamburg. dgroup ist ein Digitaldienstleister mit Standorten in Düsseldorf, Hamburg und Berlin sowie Kooperationspartnern in den USA, Frankreich und China, der in den Bereichen Beratung, Kreation und Innovation Projekte in der digitalen Welt mit hochspezialisierten Experten umsetzt.

---