

1. Record Nr.	UNINA9910483930903321
Autore	Heinemann Gerrit
Titolo	SoLoMo – Always-on im Handel : Die soziale, lokale und mobile Zukunft des Omnichannel-Shopping // von Gerrit Heinemann, Christian W. Gaiser
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-13545-X
Edizione	[3rd ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (XII, 230 S. 105 Abb.)
Disciplina	381
Soggetti	Trade Business Commerce E-business Electronic commerce E-commerce e-Business/e-Commerce
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters.
Nota di contenuto	Always-on und Always-in-Touch – das neue Kaufverhalten -- Social Commerce als Basisfaktor Nr. 1 des SoLoMo -- Location-based Services als Basisfaktor Nr. 2 des SoLoMo -- Mobile Commerce als Basisfaktor Nr. 3 des SoLoMo -- Empirische Studie von kaufDA – Status und Potenziale von Location-based Services.
Sommario/riassunto	Dieses Fachbuch zeigt auf, welches Potenzial das mobile Internet für den stationären Handel darstellt. Das Shopping der Zukunft zeichnet sich durch ein begleitendes Zusammenspiel von sozialer Vernetzung, Lokalisierung und mobiler Internetnutzung beim Ladenbesuch aus. Dieser Dreiklang bildet die Basis für die „Synergien des SoLoMo“, die neue Möglichkeiten der Vermarktungseffizienz – insbesondere für stationäre Händler – erschließen. Die Autoren greifen die sich daraus ergebenden Chancen auf, indem sie den aktuellen Stand der Forschung und Praxis zu dem Thema darstellen und die Basisfaktoren des SoLoMo umfassend klären. Dabei werden die Location-based Services (LBS),

denen eine Schlüsselrolle im Handel der Zukunft zukommt, besonders gewichtet und mit einer empirischen Studie in Hinblick auf Nutzung sowie Potenzial erforscht. Neu in der 3. Auflage Die repräsentative Verbraucherbefragung von kaufDA und den beiden Autoren zum Thema „Mobiles Internet fördert die Wiederentdeckung des stationären Handels“ wurde 2015 im Zeitreihenvergleich gegenüber 2013 und 2014 wiederholt. Sie zeigt den aktuellen Stand der Smartphone-Nutzung 2015. Zahlen, Daten, Fakten und Best Practices wurden aktualisiert. Der Inhalt • Always-on und Always-in-Touch – das neue Kaufverhalten • Social Commerce als Basisfaktor Nr. 1 des SoLoMo • Location-based Services als Basisfaktor Nr. 2 des SoLoMo • Mobile Commerce als Basisfaktor Nr. 3 des SoLoMo • Empirische Studie von kaufDA – Status und Potenziale von Location-based Services Die Autoren Prof. Dr. Gerrit Heinemann ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, Management und Handel und Leiter des eWeb Research Centers an der Hochschule Niederrhein. Christian Gaiser ist Gründer und CEO der zur Axel Springer SE gehörenden Bonial.com Group, einem international führenden Netzwerk für digitale Haushaltswerbung. .
