

Direktmarketing und E-Commerce

▮ Direktmarketing

Im Zuge der hohen Bedeutung des Kundenbeziehungsmanagements hat das Direktmarketing deutlich an Relevanz gewonnen. Einen auf den Kunden abgestimmten Dialog mit einzelnen und individuell dem Unternehmen bekannten Zielpersonen aufzubauen und zu pflegen, ist das Ziel des Direktmarketing. Folgende zentrale Fragestellungen werden im Rahmen unserer Forschungsaktivitäten bearbeitet: Was sind die Einflussgrößen auf den Erfolg einer Direktmarketingaktivität? Wie lassen sich diese Variablen steuern? An welchen Rahmenbedingungen muss sich das Direktmarketing in Zukunft verstärkt orientieren? Wir bieten Ihnen im Rahmen des Wissenstransfers Unterstützung bei der Entwicklung einer innovativen crossmedialen Direktmarketingstrategie und deren Einbindung in Ihr Unternehmensgesamtzept.

▮ E-Commerce

Die klassischen Vertriebskanäle wurden in den letzten Jahren durch neue digitale Netzwerke ergänzt. Dies führte nicht nur zu einer Erweiterung der Optionen, sondern zu einer Neudefinition des kompletten Vertriebsprozesses in vielen Branchen. Der Multi-Channel-Commerce ist für viele Unternehmen bereits Realität geworden. Jedoch sind in diesem Kontext noch zahlreiche Forschungsfragen unbeantwortet und Praxisprobleme ungelöst. Dieser neue dynamische Markt bietet Unternehmen enorme Chancen, ist jedoch ebenso mit Risiken behaftet. Im Rahmen quantitativer und qualitativer Studien, werden aktuelle Entwicklungen des Markts mitverfolgt und unter Gesichtspunkten der angewandten Wissenschaft untersucht. Im Rahmen kooperativer Projekte werden Anwendungen analysiert, die Ergebnisse interpretiert und Handlungsempfehlungen zur Optimierung des Angebots entwickelt.

Der Studienschwerpunkt Direktmarketing und E-Commerce wird seit dem Sommersemester 2012 durch die [Printus GmbH](#) im Rahmen einer Stiftungsprofessur gefördert.

[← zurück zum Forschungsfeld: Wirtschaftsinformatik](#)