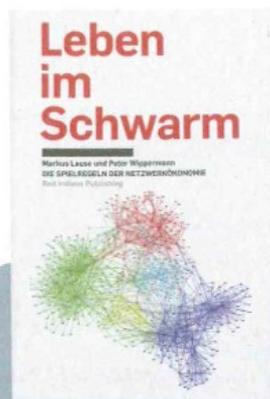


Neu-Orientierung

Der Handel befindet sich mitten im Strukturwandel: High-tech-affine Konsumenten jagen Idealen wie Mobilität, Flexibilität und Dynamik hinterher, das Internet ist die entscheidende Infrastruktur des 21. Jahrhunderts. Trendforscher Wippermann und Vodafone-Manager Lause beschreiben, wie sich die Vernetzung von Kommunikation, Transaktion und Produktion auf Leben und Arbeiten auswirken

Markus Lause, Peter Wippermann: Leben im Schwarm. Red Indians Publishing, Reutlingen, 2012. 255 Seiten, 28 €.



Kunden anlocken

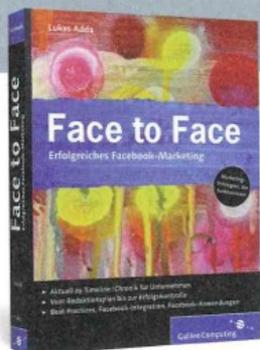
SEO, SEM, Location-Based Marketing, Reputation Management, Web Controlling, Usability: Bei den Begrifflichkeiten rund ums Onlinemarketing schwirrt einem schnell der Kopf. Die Autoren, die aus dem Rocket Internet-Umfeld rund um Zalando & Co. stammen, geben praxisnahe Anleitungen für einzelne Onlinemarketing-Maßnahmen. Sie zeigen, wie Onlinehändler Ressourcen effektiv einsetzen können, um mehr Besucher in den Webshop zu locken und zu Käufern zu machen.

Andre Alpar, Dominik Wojcik: Das große Online Marketing Praxisbuch. Data Becker, Düsseldorf, 2012. 765 Seiten, 34,95 €.



Gesicht zeigen

Facebook-Nutzer verbringen viel Zeit auf der sozialen Plattform. Sie kommunizieren mit ihren „Freunden“, spielen und informieren sich. Eigentlich also beste Bedingungen für Händler, sich dort zu engagieren. Doch einfach ist es nicht, Facebook als effektives Marketing-Instrument einzusetzen. Der Berater und Blogger Adda zeigt, worauf es in dem Netzwerk ankommt, zeigt erprobte Strategien und gibt kreative Denkanstöße. So können Unternehmer entweder selbst Social-Media-Kampagnen planen oder aber Agenturen besser briefen.



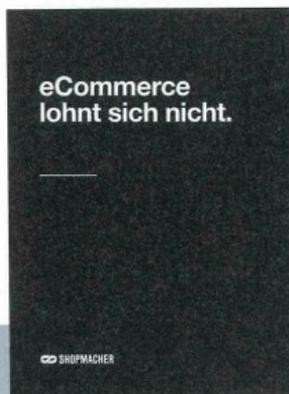
Lukas Adda: Face to Face. Erfolgreiches Facebook-Marketing. Galileo Press, Bonn, 2012. 433 Seiten, 29,90 €.

Geschäft ohne Grenzen

Der Kunde entscheidet längst, wann und über welche Kanäle er sich informiert und einkauft. In dem Ratgeber geben rund 40 Branchenexperten Tipps, wie Händler auf das geänderte Konsumverhalten reagieren können, was sie angesichts der verschwimmenden Grenzen zwischen der „echten“ und

der virtuellen Welt beachten müssen und was eine erfolgreiche Onlinefiliale ausmacht.

Marcus Diekmann, Herbert Grab, Sebastian Bomm (Hg.): E-Commerce lohnt sich nicht. Shopmacher E-Commerce GmbH, Gescher, 2012. 303 Seiten, 49 €.



Bücher



VERLOSUNG Interaktive Trends

Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvH) nimmt den

Leser in seinem bvH-Trendbook 2012/2013 mit auf einen spannenden Ausflug in die Welt von morgen. Das Buch ist ein Nachschlagewerk für alle, die neugierig auf die Zukunft des Online- und Versandhandels sind. Unter anderem berichten Entscheidungsträger der Branche in Interviews, welche Strategien ihre Unternehmen für die Zukunft verfolgen – und geben Lesern Einblicke in die jeweilige Firmenphilosophie.

Bundesverband des Deutschen Versandhandels (Hg.): bvH Trendbook 2012/2013. TrendOne, Hamburg – Berlin, 2012. 134 Seiten, 29,90 €.

Online Handel verlost fünf Exemplare:
www.derhandel.de/trendbook