

Teil A: Innovation und Transformation im Handel

Aktuelle Situation und zukünftige Herausforderungen im E-Commerce

Warum Web-Exzellenz Schlüsselthema für erfolgreiche Händler ist

Innovationsmanagement im Digital Business

Teil B: Erschließung neuer Kundenpotenziale im E-Commerce

Online Customer Segmentation in Shopping-Clubs

Suchmaschinen als zentrale Traffic-Quelle im digitalen Zeitalter

Das Potenzial von Kundenbeteiligung im Web-2.0-Online-Shop

Twitter – What’s happening?

Teil C: Web-Exzellenz in der Strategie

Handel mit Herz und Verstand

Neue Internet-Service-Geschäftsmodelle revolutionieren den E-Commerce-Markt

E-Ventures in Osteuropa

Erfolgreiche Internationalisierung von Online-Pure-Plays

Teil D: Web-Exzellenz in der Umsetzung

Flagshipstore goes online

Umgang mit Kanalkonflikten im Multi-Channel-Handel

Kooperative Online-Kanäle im Großhandel zur Kundenbindung

Multi-Channel-Fulfilment – Quick-on-click in der Fashionbranche

Teil E: Spezialaspekte zur Web-Exzellenz

Vom Einkaufsnetz zur Shopping-Welt im Internet

Social Shopping für Mode, Wohnen und Lifestyle am Beispiel smatch.com

Online-Marketing als Baustein einer Retail-Brand-Strategie

Das Transparenzdilemma im Internet

Autorenverzeichnis