



**Die Akzeptanz des E-Commerce in der
Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und
Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern
(Kundenmanagement & Electronic Commerce)**



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce)

Jürgen Betz

Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce)

Jürgen Betz

 [Download Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirts ...pdf](#)

 [Online lesen Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwir ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) Jürgen Betz

420 Seiten

Kurzbeschreibung

Jürgen Betz untersucht, wie die Akzeptanz des E-Commerce zu konzeptualisieren ist, wie sie sich auf Kundenzufriedenheit und Kundenbindung auswirkt und inwieweit vorgelagerte Größen das Ausmaß der Akzeptanz erhöhen oder senken.

Buchrückseite

Nach einer von Enthusiasmus geprägten Phase Ende der 1990er Jahre hat sich eine nachhaltige Ernüchterung hinsichtlich der Potenziale des

E-Commerce eingestellt. Dabei verdeutlicht inzwischen der hohe Anteil von Haushalten mit Internetzugang, dass die geringe Nutzung kommerzieller Internetangebote eher auf eine mangelnde Akzeptanz der Endverbraucher als auf beschränkte Zugangsmöglichkeiten zu Neuen Medien zurückzuführen ist.

Jürgen Betz untersucht, wie die Akzeptanz des E-Commerce zu konzeptualisieren ist, wie sie sich auf Kundenzufriedenheit und Kundenbindung auswirkt und inwieweit vorgelagerte Größen das Ausmaß der Akzeptanz erhöhen oder senken. Als Untersuchungsgegenstand für die umfangreichen empirischen Analysen greift der Autor auf die Automobilwirtschaft zurück und betrachtet die Nutzung des Internet bei der Abwicklung des Kaufprozesses von Neuwagen.

Über den Autor und weitere Mitwirkende

Dr. Jürgen Betz promovierte bei Prof. Dr. Manfred Krafft am Lehrstuhl für Marketing der WHU Vallendar.

Er ist Consultant bei McKinsey&Company,Inc. in Hamburg.

Download and Read Online Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) Jürgen Betz #YUMINGF167Z

Lesen Sie Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz für online ebookDie Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz Bücher online zu lesen.Online Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz ebook PDF herunterladenDie Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz DocDie Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz MobipocketDie Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft: Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern (Kundenmanagement & Electronic Commerce) von Jürgen Betz EPub