

(Ebook pdf) Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (Ecr) In Konsumgüternetzen

# Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (Ecr) In Konsumgüternetzen

Von Dieter Ahlert

ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1270981 in BcherVerffentlicht am: 2013-10-04Erscheinungsdatum: 2013-10-04Abmessungen: 9.25 x .86b x 6.10l, 1.16 Pfund Einband: Taschenbuch380 Seiten | File size: 78.Mb

Von Dieter Ahlert : **Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (Ecr) In Konsumgüternetzen** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (Ecr) In Konsumgüternetzen:

**Hilfreichste Kundenrezensionen** 7 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. berflige wissenschaftliche Fundierung Von Ein Kunde "Prozessmanagement im vertikalen Marketing" stellt die erste umfassende und wissenschaftliche Ausarbeitung der Themen Kooperation und Vertikalisierung in der Konsumgterdistribution dar. Zwar blickt Efficient Consumer Response, die Optimierung des Gter- und Informationsflusses zwischen Industrie und Handel, inzwischen auf eine ber siebenjhrige, wechselvolle Geschichte zurck, eine wissenschaftliche Fundierung suchte man in den Bcherregalen bisher jedoch vergeblich. Die verffentlichten Schriften zu diesem Thema beschrnkten ihren Fokus zumeist auf die reine Deskription der ECR-Basisstrategien. Damit blieben sie schon im Ansatz stecken, ebenso wie die meisten praktischen Umsetzungen. Dem stellen die Autoren eine ganzheitliche Konzeption zur kundenorientierten Neugestaltung des Wertschöpfungsprozess-Managements gegenber, vernachlssigen dabei aber keinesfalls die Praxis der Konsumgterdistribution. Mit der Installation von extranet-basierten Handelsplattformen erffnen sich fr ECR vllig neue Perspektiven. Nie war dieses Buch aktueller als heute. Absolut lesenswert. 2 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nichts Neues Von Ein Kunde Abgesehen von dem Teso-Case zu B2B - und dies auch nicht so spannend und lngst Geschichte - keine neuen Einblicke und Ideen. Zwar wissenschaftlich aufbereitet, aber leider (typisch) langweilige deutsche BWL-Kost.

**Kurzbeschreibung** Verstrkte Kundenorientierung erfordert eine zunehmend engere Kooperation zwischen den Akteuren der Wertschöpfungskette. Das Buch vermittelt direkt umsetzbares Praxiswissen fr ein effizientes, kundenorientiertes Management der stufenbergreifenden Marketingprozesse. Hier erhalten Entscheider das Know-how fr die erfolgreiche Gestaltung und Umsetzung von ECR-Kooperationen. **Autorenkommentar** Erluterung + Status quo der Umsetzung von ECR-Kooperationen Efficient Consumer Response (ECR) ist seit einigen Jahren in aller Munde, zumindestens in denen der Vertreter aus Konsumgterindustrie und -handel. Doch was steckt hinter diesem Kunstwort, welche Bedeutung und Umsetzung erlangt das Konzept und welche Entwicklungen zeichnen sich ab? Auf diese Fragen geht das Buch in folgender Weise ein: Zunchst wird eine Einordnung des ECR-Konzeptes in das vertikale Marketing als ein integrativer, nmlich marketingpolitischer und logistischer Kooperationsansatz zwischen Konsumgterherstellern und -hndlern gegeben. Danach werden die organisatorischen Auswirkungen einer an den Zielen des ECR-Konzeptes orientierten Umsetzung aufgezeigt: Eine konsequente Verfolgung des Konzeptes wrde zur Restrukturierung nicht nur der Organisation des einzelnen Unternehmens, sondern der ganzen Wertschöpfungskette in Form von Unternehmensnetzwerken fhren. Vor diesem Hintergrund werden Status quo der Umsetzung und Einschtzungen aus Unternehmenssicht durch Beitrge von Praktikern aus Handel, Industrie und Marketingdienstleistung belegt. Zudem gibt das Buch eine Beschreibung der ersten ECR-Extranet-Plattform als B2B-eCommerce-Lsung zwischen dem fhrenden britischen Einzelhndler TESCO und seinen Lieferanten. Dieses System soll in modifizierter Form ab Herbst 2000 auch bei einem deutschen Drogeristen eingesetzt werden. Das Buch gibt Praktikern aus der Konsumgterdistribution, die sich mit der Vereinbarung von ECR-Kooperationen beschftigen, wertvolle Anregungen und Hinweise zu deren Ausgestaltung und Umsetzung. Zudem knnen sich wissenschaftlich orientierte Leser einen praxisnahen Einblick und berblick zum ECR-Ansatz verschaffen.