

Inhaltsübersicht

Zur zukünftigen Entwicklung des Online Marketing¹	1
<i>Jörg Link</i>	
Das Internet in Zahlen	35
<i>Christian Schleuning/Ralf Wetzig</i>	
Kundenbindung mit Online Marketing¹	55
<i>Volker G. Hildebrand</i>	
Bedeutung des Online Marketing für die Kommunikationspolitik¹	77
<i>Daniela Tiedtke</i>	
Bedeutung von Online-Medien für das Direktmarketing	121
<i>Reinhard Hünerberg</i>	
Bedeutung des Online Marketing für die Distributionspolitik	149
<i>Norbert Gerth</i>	
Telearbeit und Telekooperation im Online Marketing	197
<i>Dietmar H. Fink</i>	
Online Mining	235
<i>Parsis Dastani</i>	
Die Vertrauensproblematik in elektronischen Netzwerken	261
<i>Udo Winand/Wilfried Pohl</i>	
Sicherheitstechnologische Entwicklungen im Online Marketing	279
<i>Klaus Fochler</i>	
Die Autoren.....	315
Abkürzungsverzeichnis.....	319
Schlagwortverzeichnis.....	323

Zur zukünftigen Entwicklung des Online Marketing

Jörg Link

1	Marketingstrategische Grundlagen.....	2
1.1	Strategische Wettbewerbsvorteile durch interaktives Direktmarketing	2
1.2	Das interaktive Marketing über elektronische Netzwerke	6
2	Die Entwicklung elektronischer Netzwerke.....	11
2.1	Das Grundmodell der Entwicklung elektronischer Netzwerke.....	11
2.2	Einflüsse seitens der Kunden	14
2.2.1	Zu den relevanten Grundbedürfnissen des Menschen.....	14
2.2.2	Die Bedeutung der Kundensegmentierung	16
2.3	Einflüsse seitens der Anbieter.....	18
2.4	Der Einfluß der Restriktionen	21
2.4.1	Zur inhaltlichen Entwicklung personaler Restriktionen.....	21
2.4.2	Zur inhaltlichen Entwicklung sachlicher Restriktionen	24
2.5	Zur zeitlichen Entwicklung elektronischer Netzwerke	29
3	Literaturverzeichnis	31