

Die zweite Welle des E-Commerce rollt bereits

Zukunft des E-Commerce 2020

E-Commerce ist in den Unternehmen angekommen und zur Selbstverständlichkeit für Marketing und Vertrieb gereift. Die Tiefe und Breite von E-Commerce-Anwendungen sind hingegen sehr unterschiedlich. Zahlreiche Unternehmen stellen sich daher die Frage, wo die Optimierungspotentiale für ein zukunftsorientiertes E-Commerce zu sehen sind.

Der Bundesverband hat in einem aktuellen White-Paper „**Die zweite E-Commerce-Welle rollt bereits an.**“ (<http://bvmm.org/presse/>) die wichtigsten Arbeitsfelder des E-Commerce für die nächsten Jahren für B2C und B2B zusammengefasst und gibt Handlungsempfehlungen. Zusammen gefasst lauten diese wie folgt:

1. „**Mobile, Local und Social**“ wird die integrative und allgemeingültige Strategie für den E-Commerce. Kaufentscheidungen werden auf dem Sofa entschieden („Couch-Commerce“) und treiben den lokalen Handel weiter voran.
2. **Multichannel-E-Commerce** zielt auf die Omnipräsenz von Kunden-Angeboten und -Dialogen. Klassische Anbieter sollten Fahrt aufnehmen, wenn Sie in den Online-Märkten um die Kaufaktion im Internet mitspielen möchten.
3. **Service Excellence** wird in Zukunft entscheidend sein für die Gewinnung von Kunden im Internet.
4. **eCRM-Systeme** werden zunehmend ein strategischer Asset. Es geht dabei um Personalisierung zur gezielteren Ansprache.
5. **Disruptive Geschäftsmodelle** gehören in Nischen wie auch in etablierten Branchen sowohl für B2C als auch für B2B zur Basisstrategie.
6. **Content-Online-Marketing**. SEO, Contenterstellung und –Distribution sowie Social werden immer mehr aufeinander abgestimmt, um Käufer in die Shops zu führen.

Das gesamte White-Paper kann unter BVMM.org kostenfrei herunter geladen werden.

Für weitere Fragen wenden Sie sich an

Bundesverband Medien und Marketing e. V.

Presse und Kommunikation

Lena Otto

Tel.: +49-6201-4 69 18 24

Fax: +49-6201-4 69 18 25

E-Mail: Lena.Otto@BVMM.org

Über den Bundesverband Medien und Marketing:

Der BVMM verbindet Unternehmen aus den digitalen und analogen Welten, erarbeitet neue Erkenntnisse aus Wirtschaft und Wissenschaft und stellt diese seinen Mitgliedern zur Verfügung.

Der BVMM e. V. verknüpft gebündelt Kompetenzen aus Wissenschaft und Unternehmen, Medien- und Marketingfunktionen, Digitaler und Analoger Medienanbieter und -Nachfrager.

Fokus liegt auf den Digitalen Medien in Marketingabteilungen und Geschäftsführungen mittelständischer Unternehmen. Unternehmen aus allen Branchen und jeder Größe, als auch Privatpersonen finden im BVMM fachlich führende Experten und Branchenfreunde, um die unternehmerischen Herausforderungen der digitalen und medialen Welten gemeinsam zu diskutieren, sich auszutauschen und Nutzen für das eigene Unternehmen zu ziehen.

Gründungsmitglied Prof. Dr. Gerald Lembke präzisiert die Ziele: „Wir haben diesen Verband gegründet, um Mitgliedern und Assoziierten bei der praktischen Gestaltung digitaler Geschäftskonzepte und deren zukünftige Modellierung mit einem Profinetzwerk helfen zu können. Das geht ohne gleichermaßen angewandte Wissenschaft und praktische Anwendung nicht. Es ist ein aktives Netzwerk, das Wissen und Kompetenzen zusammenführt zum Wohle unserer Mitglieder.“

Mitglieder genießen ein ganzheitliches Angebot von vergünstigten Weiterbildungen, Arbeitsgruppen mit Gleichgesinnten zu Spezialthemen und durch offene Medienmeetings zu aktuellen Themen und Zukunftsthemen. Ziel ist es, Menschen aus der eigenen Branche regelmäßig zu treffen und an gemeinsamen Themen zu arbeiten.

