

---

# Stichwortverzeichnis

## A

ABC-Analyse 101  
Absatzplanung 255  
Abwanderung 63  
Abwanderungsbewegung 104  
Advertising 34  
After Sales Service 168  
Akquisition 42  
Akzeptanz 49  
Allgemeine Geschäftsbedingung (AGB) 161  
Allianz-Orientierung 207  
Analyse 10  
Anbieter, online 124  
Anbieterperspektive 203  
Arthur's Law 15  
Assoziation 249  
Assoziationsanalyse 250, 253  
Aufgabencontrolling 92  
Awareness 48

## B

B2A (Business to Administration) 123  
B2B (Business to Business) 123  
B2C (Business to Consumer) 123  
Back-End 231  
Banner 46  
Basisfaktor (Must-be) 69  
Begeisterungsfaktor (Attractive) 69  
Benchmarking 133  
Beschwerde 63, 84  
-Analyse 70  
Beschwerdeannahme 86  
Beschwerdeauswertung 91  
Beschwerdebarriere 85  
Beschwerdeführer 87  
Beschwerdemanagement 83  
Beschwerdemanagement-Controlling 92  
Beschwerdereporting 94

Beschwerdeweg 85

Bestätigungs-E-Mail 161  
Bestellprozess 159  
Besucher 130  
Besucherzahl 45  
Beziehung 180  
Beziehungsmarketing 184  
Big  
    Data & Analytics 243  
    Five 257  
Blog 224  
Blueprinting 65  
Bonusprogramm 81  
Brand Experience 182, 188, 191  
Breadcrumb 134  
Business Model Canvas 25  
Buybox 149

## C

Call to Action 172  
C/D-Paradigma 60  
Channel Hopping 183  
Check Out 159  
Clusterverfahren 252  
CLV (Customer Life Value)  
    durchschnittlicher 109  
    individueller 109  
Common Interest Site 48  
Community  
    -Analyse 70  
Community 224  
Complaint Ownership 87  
Confirmation/Disconfirmation-Paradigma 60  
Content 53  
Conversion Rate 45, 171  
Cost per  
    Click-Verfahren (CPC) 49  
    Mille-Verfahren (CPM) 49

- Cross
  - Channeling 226
  - Selling 63
- Customer
  - Engagement 184
  - Journey Experience 188
  - Lifetime Value (CLV) 185
  - Relationship Management (CRM) 184
- Customer
  - Engagement 186
  - Experience 182
  - Experience Management 182
  - Experience Management (CEM) 203
  - Journey Design 210
  - Journey Experience 182, 188
  - Journey Monitoring 211
  - Journey-Orientierung 207
  - Lifetime Value (CLV) 108
  - Relationship Management (CRM) 237
- D**
- Data
  - Mining 96
  - Warehouse (DWH) 237
- Dateneigenschaft 245
- Descriptive Analytics 247
- Display Ads 46
- Domain 126
  - Adresse 127
- E**
- eAttraction 23
- eBargaining 23
- eBookmarking 23
- E-Business 220
- eCatalogs 23
- Echtzeitdaten 238
- eCommerce 22, 123
- eConnection 22
- eContent 22
- eContext 22
- Ecosystem 18, 180, 227
- eEducation 23
- eEntertainment 23
- eInformation 23
- Einstellung 197
- Enterprise Resource Planning (ERP) 236
- Entertainment 82
- Entscheidungsbaumverfahren 251
- Epoche 7
- Ereignismethode, sequentielle 66
- Erfolgsfaktor 31, 205, 231
- Ergebnis-Komponente 62
- Erlebniselement 192
- Erlebnismotiv 192
- Erlebnis-Orientierung 207
- eSearch 23
- eTransaction 23
- Everywhere Commerce 226
- Experiential Value Promise 210
- EXQ (Customer Experience Quality Scale) 218
- F**
- Facebook 53
- Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) 92
- Fernabsatz-Geschäft 167
- Filter 146
- Filtern, kollaboratives 80
- Fixkostendominanz 20
- Flickr 57
- Fluency Theory 190
- Follow the free 18
- Footer 139
- Forum 224
- Freemium 35
- Frequently Asked Questions (FAQ) 83, 162
- Front-End 231
- Funktion eines Channels 221
- G**
- Generic Top Level Domain 127
- Geschäftsidee 12
- Geschäftsmodell 9
  - Dimensionen 24
  - Elemente 24
- Geschäftsprozessmodell 12
- Gesetz
  - abnehmender Skalenerträge 20
  - zunehmender Skalenerträge 20
- Gilder's Law 14
- Glaubwürdigkeit 49
- Gütesiegel 164
- H**
- Henne-Ei-Problem 17
- Home Button 131
- Homepage 129
- I**
- Impressum 162
- Informationssystem 234
- Informationsverarbeitung 190
- Inhaberschaftsperspektive 195
- Inter-Connection 24
- Internet der Dinge (IoT) 242
- Intra-Connection 24
- Ishikawa-Diagramm 92
- Ist-Komponente 62
- K**
- Kano-Modell 69
- Kategorienseite 144
- Käufer-Typ 183
- Kauf-Phase 194
- Kaufverhalten 183

Kernkompetenz 41  
 Key Performance Indicator (KPI) 59  
 Klassifikation 248  
 Klassifikationsverfahren 249  
 Kommunikation 11  
 Konsistenz 205  
 Kontaktmöglichkeit 166  
 Kontextsensitivität 189, 205  
 Kosten-Controlling 93  
 Kostenstruktur 31  
 Kreditkarte 157  
 Kunde 42  
 Kundenakquise 59  
 Kundenbeschwerde 84  
 Kundenbeziehung 27  
 Kundenbindung 63, 73, 168  
 Kundenbindungsmanagement 73  
     integriertes 74  
 Kundendimension 24  
 Kundenfluktuation 103  
 Kundenmanagement 41  
 Kundenperspektive 194  
 Kundenportfolio 108  
 Kundenprofitabilität 185  
 Kundenrückgewinnung 103  
 Kundenrückgewinnungsmanagement 96  
 Kundensegment 27  
 Kundenwert 106, 198  
 Kundenzufriedenheit 42, 60  
 Kundenzufriedenheitsmanagement 71  
 Kundenzufriedenheitsmessung 64  
 Künstliche Neuronale Netze (KNN) 253

**L**

Lagerhaltungsmanagement 234  
 Landing Page 171  
 Lastschrift 156  
 Leistungsfaktor (One-dimensional) 69  
 Lernen  
     bestärkendes (reinforcement) 249  
     überwachtes 248, 249  
     unüberwachtes 248, 249

Licence Sales 34  
 LinkedIn 55  
 Location Based Services 224  
 Lock-in-Effekt 17  
 Lokation 19  
 Loyalität 183, 197

**M**

Markenbekanntheit 46  
 Markeneinstellung 218  
 Markenimage 46  
 Markenwert 198  
 Marketing  
     1:1- 79  
     affiliate 50  
     -Logistik 166

Masse, kritische 16  
 McGuire's Law 15  
 Megamenü 135  
 Mere Exposure Effect 190  
 Metcalfe's Law 14  
 Methode der Kritischen Ereignisse 66  
 Minderung 90  
 Mobile Channel 223  
 Moments of Truth 218  
 Moore's Law 13  
 Multi-Channel-Management 220  
 Mund-zu-Mund-Kommunikation  
     negative 63  
     positive 63

**N**

Nachbesserung 90  
 Nachkauf-Phase 194  
 Nachnahme 155  
 Naive-Bayes-Algorithmus 250  
 Navigation  
     horizontale 133  
     Icon-basierte 137  
     vertikale 134  
     visuelle 136  
 Navigation 132  
 Networking 54  
 Netzwerk  
     soziales 19  
 Netzwerk 24  
 Netzwerkökonomie 12  
 Newsletter 74  
 No Line- Commerce 226  
 Nutzen-Controlling 93  
 Nutzendimension 24  
 Nutzenkomponente 10  
 Nutzerdaten 243

**O**

OCEAN Modell 257  
 offline Channel 221  
 OffPage-Optimierung 44  
 Omni-Channel 220  
 Online  
     Channel 223  
     Channel, stationär 223  
     Community 81  
     -PR 169  
     -Presseportal 169  
     Shop 125  
     Shopping 125  
     -Werbung 34  
 OnPage-Optimierung 44  
 Opportunitätskosten 85  
 Outcome Focus 218

**P**

Partnerdimension 25  
 PayPal 157

- Pay per
  - Click 50
  - Lead 50
  - Sale 50
- Peace of Mind 218
- Personalisierung 79
- Planung 10
- Potenzial, akquisitorisches 42
- Predictive Analytics 247
- Preismodell 30
- Preissensibilität 63
- Preisstrategie 18
- Prescriptive Analytics 247
- Process Owner 88
- Produktbeschreibung 148
- Produktdetailseite 146
- Produktenerlebnis 192
- Produktfoto 148
- Produktinformationsmanagement (PIM) 237
- Produkttitel 148
- Provision 34
  
- Q**
- QR-Shopping 229
  
- R**
- Recognition 48
- Registernavigation 137
- Registrierung 152
- Regression 248
- Regressionsanalyse 250
- Regressionsverfahren 249
- Reklamation 84
- Retail 33
- Retrodistribution 167
- Return on
  - Customer Recovery 104
  - Investment (ROI) 45
- RFMR-Methode (Recency, Frequency, Monetary Ratio) 106
- RSS-Feed 59
- Rückgabemanagement 233
- Rückgewinnungsangebot 102
- Rückgewinnungsrate 103
  
- S**
- Segmentierung 248, 250
- Selektionsnavigation 140
- Semantik 246
- Serviceerlebnis 192
- Service Sales 32
- Share of Wallets 199
- Shopperlebnis 192
- SimplySeven 32
- Sitemap 163
- Social
  - Local-Mobile-Vernetzung 19
- Social
  - Channel 224
  - Commerce 226
  - Media 243
  - Media Monitoring (SMM) 58
  - Media-Plattform 52
- Soll-Komponente 61
- SoLoMo-Ansatz 232
- S-O-R Paradigma 188
- Sortierung 145
- Special Interest Site 48
- Startseite 129
- Strategie 11
- Subscription 33
- Suchfunktion 141
- Suchmaschinenoptimierung 44
- Suchmaschinenwerbung 44
  
- T**
- Tagcloud 139
- Targeting 49
- Task Owner 88
- Teaser 130
- Top Level Domain 126
- Total Customer Experience 182
- Touchpoint 182
  - Adaption 211
  - Priorisierung 210
- Transformation, digitale 244
- Transportmanagement 233
- Trefferliste 143
- Trenderkennung 255
- Trusted Shops 165
- Twitter 55
  
- U**
- Überweisung 155
- Umsatzoptimierung 256
- Umsatzstruktur 30
- Umtausch 90
- Unternehmensperspektive 195
- Unvoiced Complainer 84
- Ursachenanalyse 91
- User Generated Content 82, 105
  
- V**
- Value in-use-Prinzip 204
- Variety 244
- Velocity 244
- Vergleichsstandard 61
- Vernetzung 18
- Videoportal 224
- Volume 243
- Vorkasse 155
- Vorkauf-Phase 194
  
- W**
- Wachstumodynamik 17
- Wachstumstrend 240

Wandlung 90  
Warenkorb 150  
Web  
    Analytics 245  
    2.0 51  
Webblog 52  
Wechselbarriere 79  
Wechselkosten 185  
Weiterempfehlungsverhalten 198  
Wertschöpfung 9  
Wertschöpfungsdimension 24  
Wertschöpfungspartner 18  
Winner-take-all-Effekt 17

**X**  
XING 54

**Y**  
YouTube 56

**Z**  
Zahlungsmöglichkeit 154  
Zeitalter der Mobilität 19  
Ziel 45  
Zielcontrolling 92  
Zielgruppe 51, 200  
Zielsetzung 42  
Zufriedenheit 183  
Zufriedenheit bei Beschwerde 85  
Zufriedenheitsmessung,  
    multiattributive 67  
Zusammenhang, thematischer 205