

Kundenbindung im E-Business

20.01.2009

Magdalena Kacprzak
Julia Novikova
Maike Petersen

Agenda

- E-Business
- Kundenbindung
- Kundenbindungsmaßnahmen im Internet
- Kundenbindungsmessung
- Diskussion

Agenda

- **E-Business**
- Kundenbindung
- Kundenbindungsmaßnahmen im Internet
- Kundenbindungsmessung
- Diskussion

E-Business

„E-Business ist die...

- Anbahnung,
- Vereinbarung und
- Abwicklung

elektronischer Geschäftsprozesse zur Erzielung einer Wertschöpfung.“

➤ **Kundenbindung wichtiger als im konventionellen Business**

Besonderheiten des elektronischen Marktes

Ubiquität

- Zeitlich unbegrenzte Zugangsmöglichkeit
- ortsunabhängige Verfügbarkeit von Angeboten im Internet

Multimedialität

- Einsatz verschiedenster Kommunikationsmittel

Interaktivität

- Wechelseitiger Informationsaustausch zwischen Sender und Empfänger

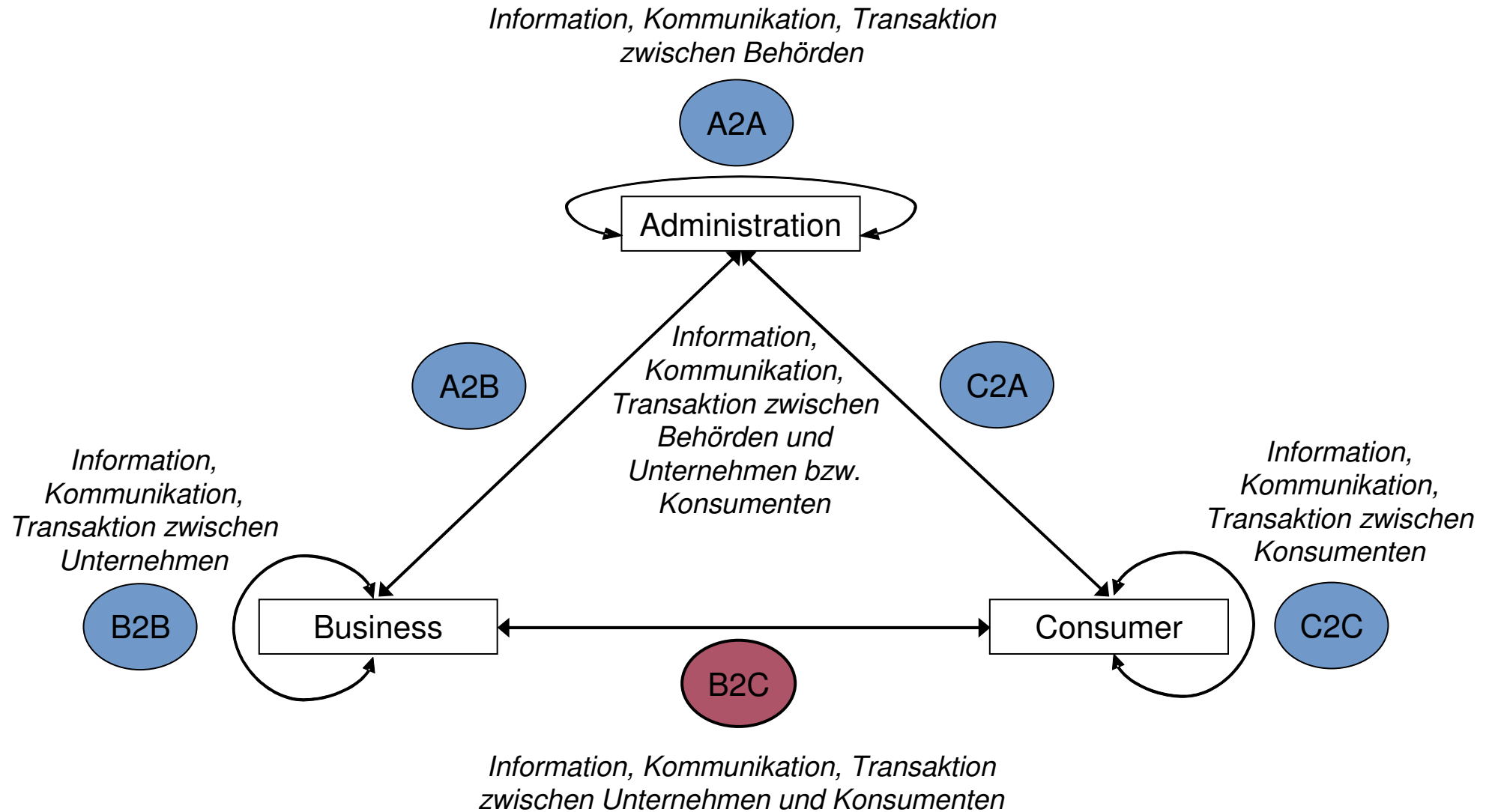
Aktualität

- Schnelle Informationsverarbeitung

Transparenz

- Hohe Preis- und Leistungstransparenz

Interaktionsmuster des E-Business



Quelle: In Anlehnung an Merz, M., 2002, S. 24.

Beispiel C2A, C2B

C2A

Elster.de

Elektronische Übermittlung
verschiedener Steuererklärungen
können an das Finanzamt

The screenshot shows the 'Hauptvordruck, Seite 1' (Main form, page 1) of the 2008 tax declaration. It includes the Elster logo and the text 'Elektronische Steuererklärung'. The form is divided into sections: 'Finanzamt' (Tax Authority) with fields for 'Steuernummer' (Tax Number) and 'An das Finanzamt' (To the Tax Authority); 'Allgemeine Angaben' (General Information) with fields for 'Steuerpflichtige Person' (Taxable Person), 'Name', 'Vorname' (First Name), 'Anschrift' (Address), 'Geburtsdatum' (Date of Birth), and 'ausgeübter Beruf' (Occupation). The year '2008' is prominently displayed in the top right corner.

C2B

Jobhunter.de

Jobbörse mit Anzeigen
von Jobsuchenden

The screenshot shows the JobHunter.de website. It features a navigation menu on the left with links like 'Navigation', 'Startseite', 'Jobbörse', 'Jobangebote', 'Jobgesuch aufgeben', 'Jobmatcher', 'Jobroboter', 'Jobsuchmaschine', '> 1.000 Jobbörsen', 'Service', 'Hilfe bei der Jobsuche', 'Jobhunting für Sie', 'Fullservice für Bewerber', 'Bewerbungstechnik', 'Jobcommunity', 'JobHunter De', 'Wir über uns', 'Kontakt / Impressum', and 'Nutzungsbedingungen'. The main content area is titled 'Hier bekommen Sie wirksame Jobgesuche' (Here you get effective job applications) and includes a 'Standard-Jobgesuch' (Standard Job Application) section with a list of bullet points: 'Einfach aufgeben, fertig, kostenlos!' (Simple to submit, finished, free!), 'Ihre Identität wird nicht veröffentlicht.' (Your identity will not be published.), 'Per Klick und kostenlos kann man Ihnen auf Ihr Jobgesuch eine eMail schicken.' (With a click and free of charge, one can send you an email about your job application.), 'Wir vermitteln Sie kostenlos in Jobangebote, die bei uns aufgegeben wurde und bei denen wir nach Bewerbern suchen sollen, wenn Ihr Jobgesuch dazu passt und sie bei der Aufgabe des Jobgesuchs Ihren Lebenslauf dran hängen. Dieser wird nicht veröffentlicht, dient nur unserer Information.' (We place you free of charge in job offers that were submitted to us and for which we are looking for applicants, if your job application fits and you attach your resume when you submit the job application. This will not be published, it is only for our information.). Below this is a 'Success-Jobgesuch' (Successful Job Application) section with a list of bullet points: 'Intensive redaktionelle Bearbeitung, Anzeige vor den kostenlosen Jobgesuchen' (Intensive editorial processing, advertisement in front of the free job applications.), 'Anmeldung bei Suchmaschinen.' (Registration with search engines.), 'Inklusive Jobrecherche, Jobhunting und Jobvermittlung.' (Including job research, job hunting and job placement.), 'Für Arbeitslose, die uns einen gültigen Vermittlungsgutschein und den dazugehörigen Vermittlungsvertrag vorlegen, ist der Service kostenlos.' (For unemployed persons who submit a valid placement voucher and the corresponding placement contract, the service is free of charge.), 'Ansonsten fallen Ihnen nur dann Kosten an, wenn uns das Unternehmen für Ihre Vermittlung keine Provision zahlt und Sie den von uns vermittelten Job mindestens 6 Wochen ausüben. Sie betragen ein Bruttomonatsgehalt, max. aber 2.000,00 Euro (inkl. 19 % MwSt.), fällig in zwei Raten jeweils sechs Wochen und sechs Monate nach Arbeitsbeginn.' (Otherwise, you will only incur costs if the company does not pay a commission for your placement and you exercise the job placed by us for at least 6 weeks. They amount to one gross monthly wage, max. but 2,000.00 Euro (incl. 19% VAT), due in two installments, each six weeks and six months after the start of work.), 'Für Freiberufler oder Selbständige, die keinen Job, sondern Projekte und Aufträge suchen, beträgt die Provision auf Aufträge, die sie über uns erhalten, 10 % Ihrer Einkünfte aus dem Auftrag zuzügl. 19 % MwSt., fällig am 15. des Folgemonats, befristet auf max. 12 Monate.' (For freelancers or self-employed persons who are looking for projects and assignments, the commission for assignments that they receive from us is 10% of their income from the assignment plus 19% VAT, due on the 15th of the following month, for a maximum of 12 months.), 'In Verbindung mit einer kostenpflichtigen Mitgliedschaft (ab 5,00 Euro/Monat, jederzeit kündbar).' (In connection with a paid membership (from 5.00 Euro/month, can be terminated at any time)).

Beispiel C2C, B2B

C2C

Ebay.de

Online-Auktionshaus, in dem u.a. Privatpersonen mit Artikeln handeln

The screenshot shows the eBay.de homepage with a search bar at the top. Below the search bar, there's a banner for '500 Visitenkarten für nur 5,-'. The main content area displays search results for 'kundenbindung' under the 'Bücher' category. The results table shows three items:

Item	Price	Shipping	Time Left
HANDBUCH KUNDENBINDUNG - CORNELSEN - UNGELESEN III	1 Gebot	EUR 1,00 +EUR 4,00	10Min
Handbuch Kundenbindung von Jörg Brandt/Ulrich G. Schnei	0 Gebote	EUR 1,00 +EUR 1,60	3T 21Std 37Min
Handbuch Kundenbindung Management HOMBURG Marketing BVV	0 Gebote	EUR 1,00 +EUR 4,30	7T 0Std 20Min

B2B

Alibaba.com

Handels- und Kommunikationsplattform für ausschließlich Unternehmen

The screenshot shows the Alibaba.com homepage with a search bar at the top. Below the search bar, there's a banner for 'Save Time & Money Check out SuperDeals now!'. The main content area displays various product listings and company information. The 'Latest Buying Leads' section shows several items:

Item	Price	Time Left
class 2 power uni...	17-Jan	17-Jan
High Quality Curt...	17-Jan	17-Jan
Looking for infor...	17-Jan	17-Jan
Urgent Crude Oil ...	17-Jan	17-Jan

Beispiel B2C

B2C Amazon.de

Internet-Versandhaus,
das sich an Privatpersonen
richtet

The screenshot shows the Amazon.de homepage with the following elements:

- Header:** Amazon.de logo, navigation links (Mein Amazon.de, Sonderangebote, Wunschzettel, Gutscheine, Geschenke), search bar, and account links (Mein Konto, Hilfe, Impressum).
- Left Sidebar:**
 - Alle Kategorien ansehen:** A list of product categories including Bücher, Musik, DVD & Games, Computer & Software, Elektronik & Foto, Küche, Haus & Garten, Baumarkt & Auto, Drogerie & Parfümerie, Spielzeug & Baby, Bekleidung & Schuhe, Sport & Freizeit, and Uhren & Schmuck.
 - Ausgewählte Themen:** SONY Entertainment, Hollywood, Disney-Shop, Grönemeyer, and a "Lieber Geld statt Geschenk?" promotion.
 - Restposten:** A section for discounted items.
 - 2009 Gute Vorsätze:** A section for New Year's resolutions.
 - Entdecken:** A section for discovering new products.
 - Verkaufen bei Amazon:** A section for selling products on Amazon.
- Main Content Area:**
 - Top Banner:** "Mehr Spaß mit dem iPod Zubehör ab 9,97€" featuring various iPod accessories.
 - Das interessiert Kunden aktuell:** A section with product recommendations including Twilight, Breaking Dawn, and Band From TV.
 - Bestseller Sport & Freizeit:** A section with product recommendations including Bench Funnel Neck Fleece, Thera-Band, and Fruit of the Loom.
 - Top-Neuerscheinungen Elektronik & Foto:** A section for new arrivals in electronics and photography.
- Right Sidebar:**
 - Kostenlose Lieferung:** A banner for free delivery on orders over 20€.
 - Naturkosmetik:** A section for natural cosmetics.
 - Markenuhren mit Tiefpreis-Garantie:** A section for brand watches with a price guarantee.
 - P.S. Ich liebe dich:** A section for romantic gifts.
 - Leichenblässe:** A section for a book about forensic science.

Geschäftsmodelle im Business-to-Consumer Bereich

Content →

Context

Connection

Commerce

- Sammlung,
- Selektion,
- Systematisierung,
- Kompilierung (Packaging) und
- Bereitstellung von Inhalten auf einer eigenen Plattform

E-Information

SPIEGEL ONLINE

wallstreet:online

E-Entertainment

Jetztspielen.de

mp3.com

E-Infotainment

kicker ONLINE

klatsch-tratsch.de

E-Education

OnlineLearning.net
your source for teacher education online

Virtual University

Geschäftsmodelle im Business-to-Consumer Bereich

Content

Context 

Connection

Commerce

- Klassifizierung,
- Systematisierung und
- Zusammenführung von im Internet verfügbaren Informationen

Suchmaschinen

GoogleTM

MetaGer

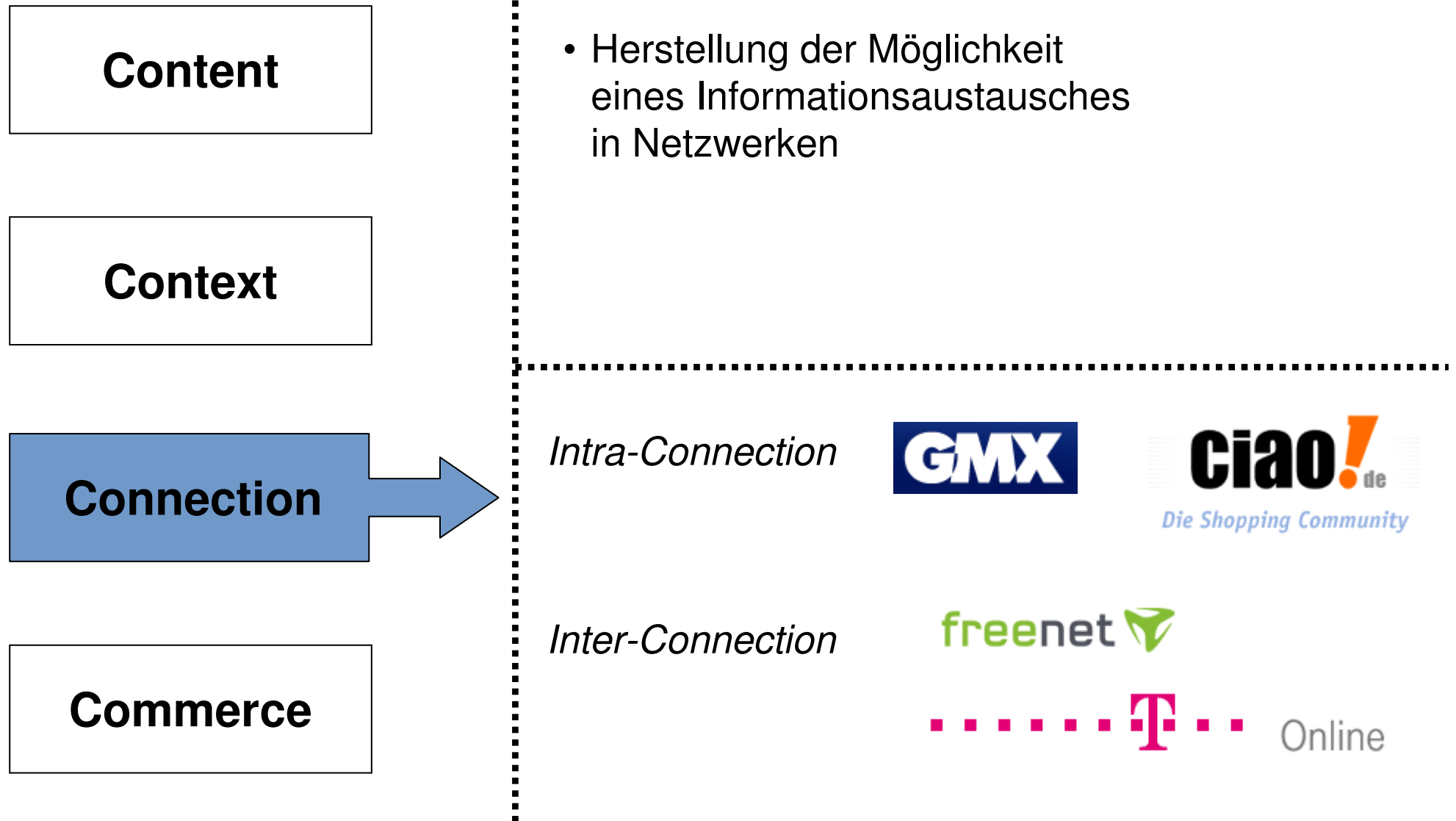


Web-Kataloge

YAHOO![®]



Geschäftsmodelle im Business-to-Consumer Bereich



Geschäftsmodelle im Business-to-Consumer Bereich



Agenda

- E-Business
- **Kundenbindung**
- Kundenbindungsmaßnahmen im Internet
- Kundenbindungsmessung
- Diskussion

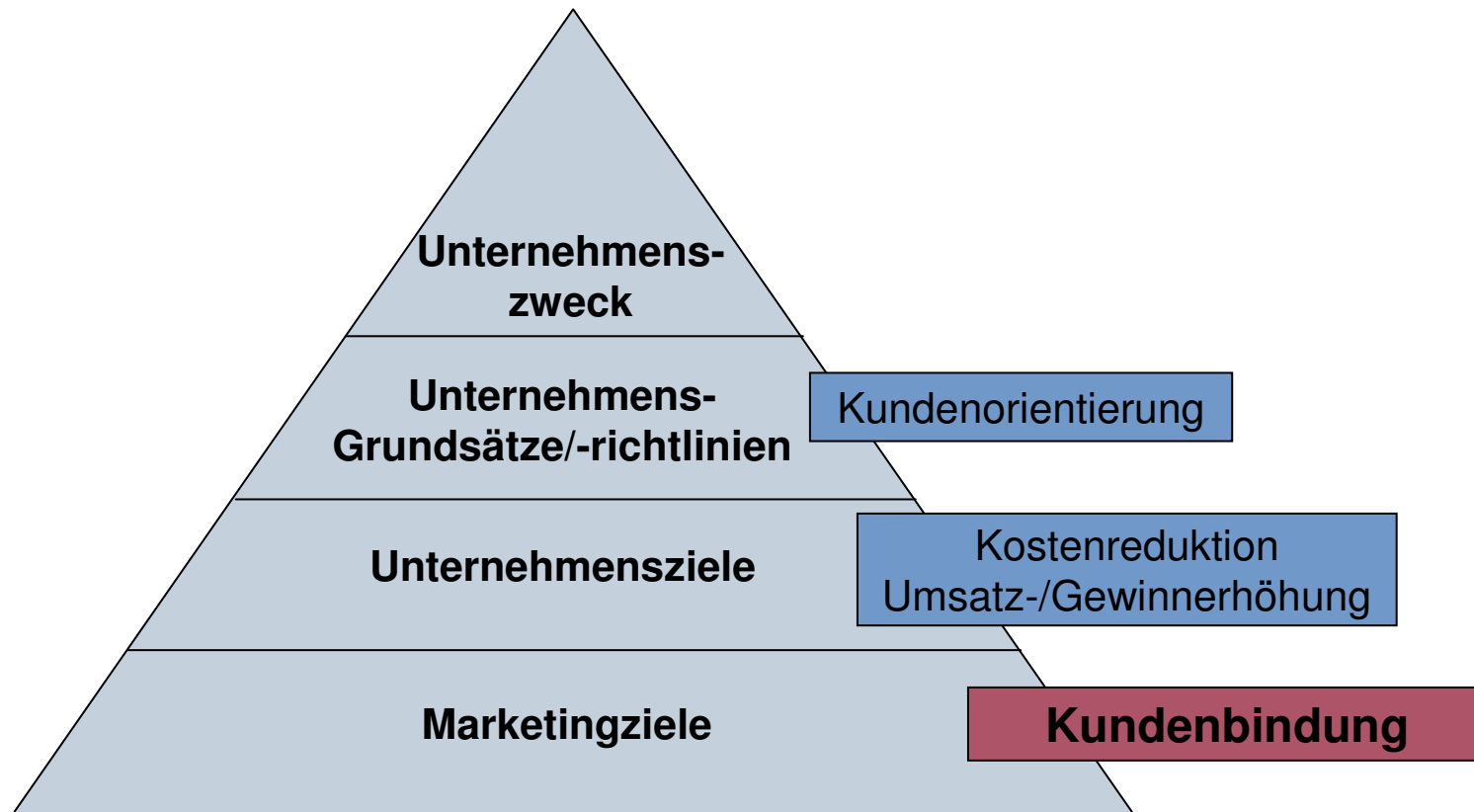
Definition Kundenbindung

„Aus Anbietersicht umfasst Kundenbindung...

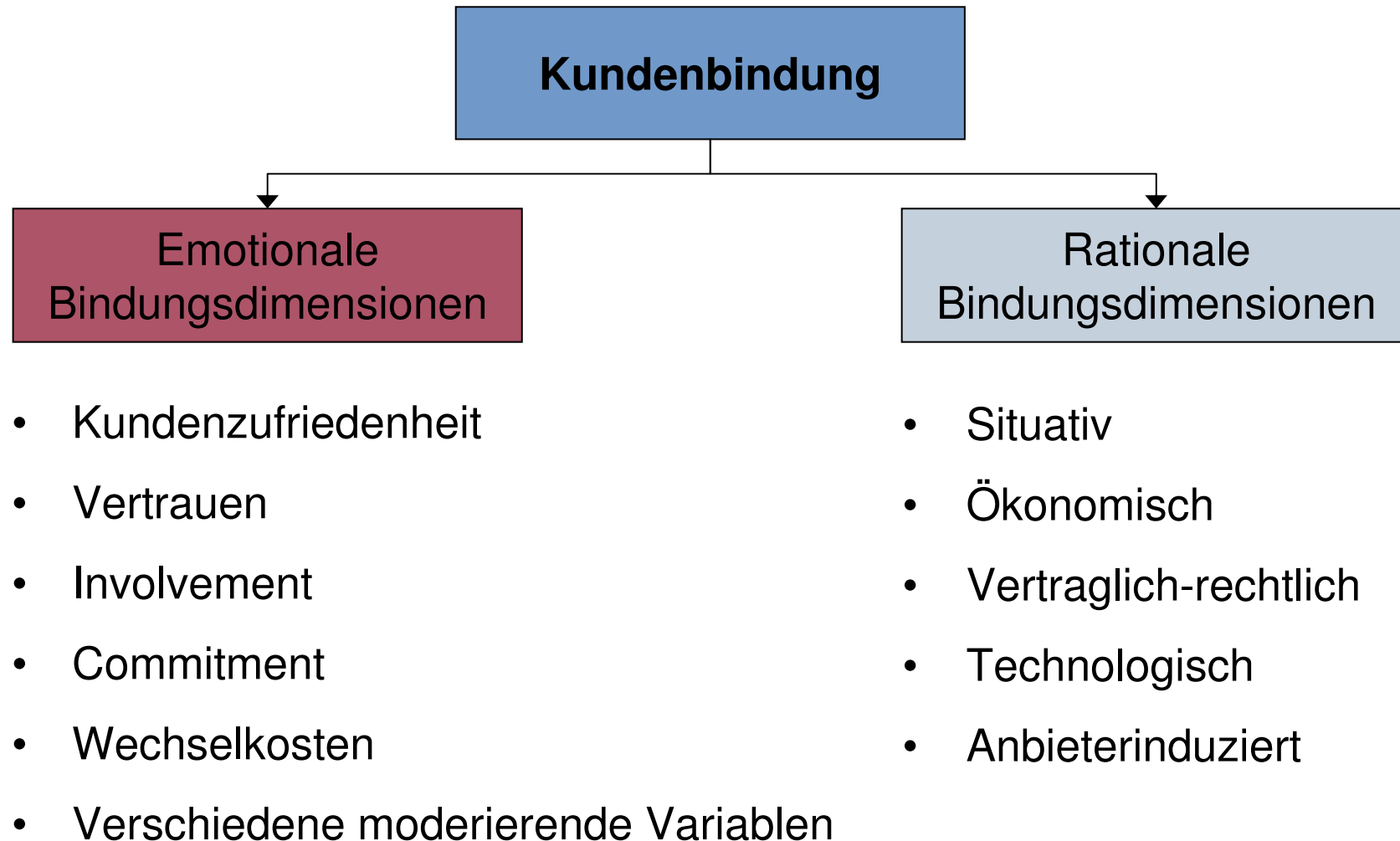
... den zielgerichteten Einsatz von Strategien und Instrumenten, um langfristig die Geschäftsbeziehung zu einem Kunden zu stabilisieren, aufrechtzuerhalten und auszubauen.

- Schaffung von Präferenzen und Wechselbarrieren für den Kunden, die dessen gegenwärtiges Verhalten und seine zukünftigen Verhaltensabsichten beeinflussen.

Wo ist Kundenbindung im Unternehmen angesiedelt?



Bindungsdimensionen der Kundenbindung



Kundenzufriedenheit

- Kundenzufriedenheit ist ein vergangenheitsorientiertes Konstrukt (es kann erst beurteilt werden, wenn alle Transaktionen getätigt wurden)
- Geringe Preiselastizität zufriedener Kunden
- Erhöhte Cross-Buying-Möglichkeiten
- Kundenzufriedenheit hat positiven Einfluss auf die Weiterempfehlung

Gefahren: Kommunikationsquote zufriedener Kunden vs. unzufriedener Kunden

Ziel : Aufbau von Wechselbarrieren

Vertrauen

- Zukunftsorientierte Größe
- Wichtige psychologische Determinante der Kundenbindung
- Reduzierung der Unsicherheit
- Kognitives und emotionales Vertrauen

Gefahren: Umgang mit persönlichen Daten und Zahlungsabwicklung

Ziel: Aufbau von Wechselbarrieren

Involvement

- Wie sehr ist der Kunde emotional in den Kaufprozess einbezogen?
- Involvement variiert bei unterschiedlichen Produkten.
Das Involvement bei hochwertigen technischen Produkten und komplexen Dienstleistungen ist in der Regel höher, als bei Verbrauchsgütern des täglichen Bedarfs.
- Je stärker das Involvement der Kunden ist, umso größer ist der Bedarf an Informationen, die der Kunde sucht.
- Die Informationssuche besteht z.B. aus Preis- und Produktvergleichen bei hohem Involvement.



Commitment

- Vergangenheitsorientiertes Konstrukt
- Commitment kann nahezu mit Loyalität verglichen werden.
Commitment basiert auf vergangenen positiven Erfahrungen mit dem Vertragspartner. Der Kunde ist gewillt an der Geschäftsbeziehung festzuhalten.
- Determiniert durch gemeinsame Wertvorstellungen, Normen, Ziele und Verhaltensweisen
- Gute Kommunikation zwischen den Geschäftspartnern
- Werden dem Kunden relevante Informationen zur Verfügung gestellt, so sinken für den Kunden die Suchkosten und das Commitment kann erhöht werden.

Wechselkosten

- Wechselkosten = Wechselbarrieren
- Subjektiv empfundene Kosten
(Kosten: Zahlungen, Aufwand, Suchkosten, Verzichte, etc.)
- Reale Kosten
(z.B. Vertragsstrafen, entgangene Boni, etc.)
- Nachteile die ein Kunde befürchtet, wenn er den Anbieter wechselt

Ziel: Erhöhung der Kundenbindung

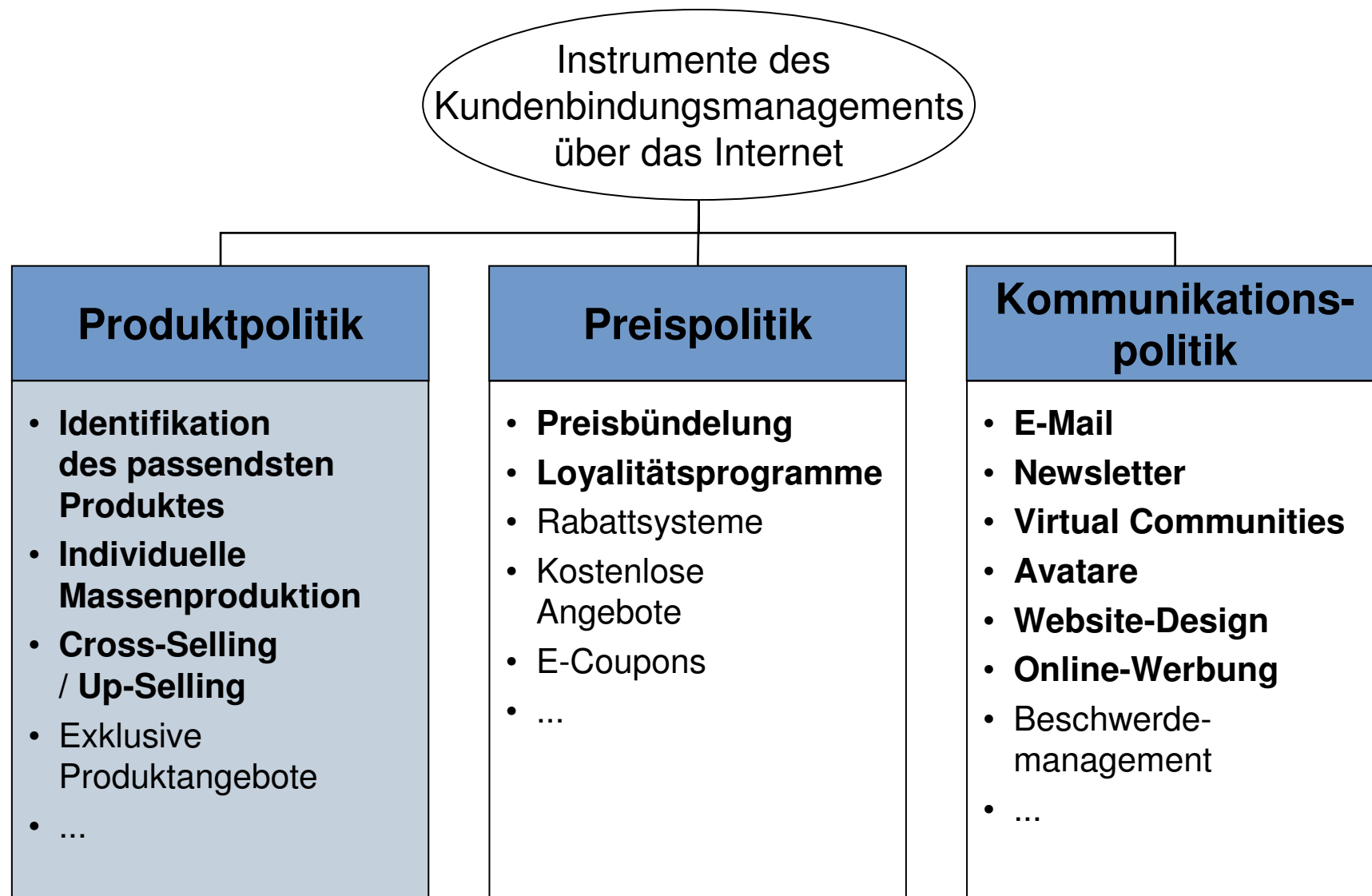
Moderierende Variablen

- Nicht durch den Anbieter selbst beeinflussbar
(z.B. Akquisitionsaktivitäten der Wettbewerber)
- Einflüsse liegen im Wettbewerbsumfeld
- Sowohl positive und negative Wirkung auf die Kundenbindung

Agenda

- E-Business
- Kundenbindung
- **Kundenbindungsmaßnahmen im Internet**
- Kundenbindungsmessung
- Diskussion

Kundenbindungsmaßnahmen im Internet



Das passende Produkt

Identifikation des für den Kunden passendsten Produktes

- Reduziert bei großer Breite und Tiefe des Sortiments die Suchkosten.
- Fördert Commitment.
- Fördert Vertrauen.

amazon.de

Hallo, Olga Wir haben [Empfehlungen](#) für Sie. ([Ausloggen](#))

Olgas Amazon.de Sonderangebote Wunschzettel Gutscheine Geschenke

Alle Kategorien ansehen

Suche Alle Kategorien

Olgas Amazon.de Ihre Persönliche Seite Ihre Empfehlungen Diese Artikel Bewerten Verbessern Sie

[Olgas Amazon.de](#) > [Unsere Empfehlungen für Sie](#)
(Wenn Sie nicht Olga sind, [klicken Sie bitte hier.](#))

Nur für heute

[In Empfehlungen stöbern](#)

Empfehlungen

- Bücher
- Baby
- Baumarkt
- Bekleidung
- DVD & Blu-ray
- Drogerie & Bad
- Elektronik & Foto
- Games
- Garten
- Küche & Haushalt
- Klassik
- Musik
- Parfümerie & Kosmetik
- Schuhe & Handtaschen
- Software
- Spielzeug
- Sport & Freizeit

Diese Empfehlungen basieren auf den [von Ihnen gekauften Artikeln](#) und weiteren Informationen.

Anzeigen: [Alle](#) | [Neuerscheinungen](#) | [In Kurze](#)

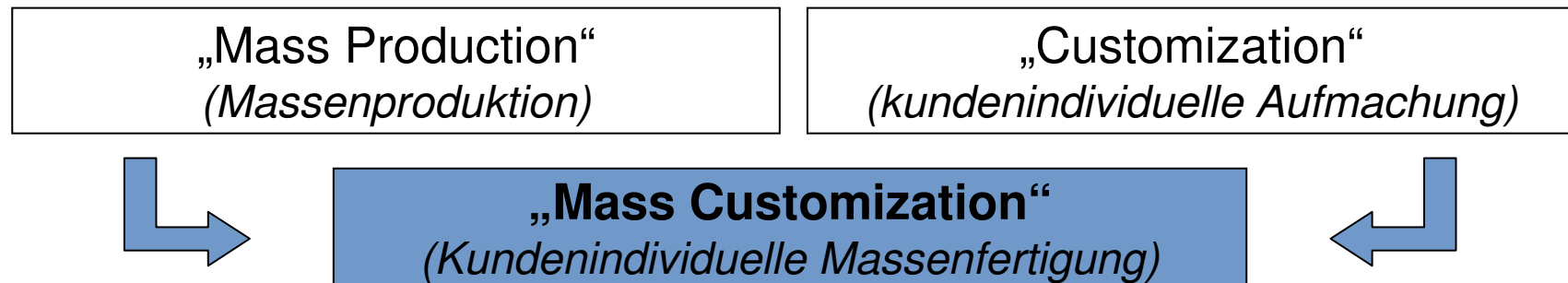
1.  **Aber erst müßt ihr mich kriegen. Erinnerungen einer Malerin 1921 - 1'**
von Irene Awret (2005)
Durchschnittliche Kundenbewertung: ★★★★★ (2)
Erhältlich bei [diesen Anbietern](#).
[2 Angebote](#) ab EUR 21,50 [Alle Angebote](#)

☐ Gehört mir ☐ Kein Interesse x|★★★★★ Artikel bewerten
Diesen Artikel haben wir empfohlen, weil Sie u.a. [Ein jüdischer Reeder](#) gekauft haben. ([Bitte ändern](#))

2.  **Alma M**
von Max Phillips (2002)
Durchschnittliche Kundenbewertung: ★★★★★ (1)
Auf Lager.
~~Statt: EUR 19,90~~
Jetzt: EUR 4,99
[25 Angebote](#) ab EUR 4,55 [In den Einkaufswagen](#)

☐ Gehört mir ☐ Kein Interesse x|★★★★★ Artikel bewerten
Diesen Artikel haben wir empfohlen, weil Sie u.a. [Ein jüdischer Reeder](#) gekauft haben. ([Bitte ändern](#))

Kundenindividuelle Massenfertigung



Grundidee:

- Individualisierte, den Kundenwünschen angepasste Produkte oder Dienstleistungen anbieten, unter Nutzung der Kostenvorteile einer Massenproduktion

Soft- und Hard-Customization

„Soft-Customization“	„Hard-Customization“
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kein Eingriff in die Fertigung</i> • <i>Vollzug der Individualisierung außerhalb des Unternehmens</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Varietät basiert auf Aktivitäten der Fertigung</i> • <i>Änderung der internen Funktionen notwendig</i>
➤ Selbstindividualisierung	➤ Individuelle End-/Vorproduktion mit standardisierter Restfertigung
➤ Individuelle Endfertigung im Handel/Vertrieb	➤ Modularisierung nach Baukastenprinzip
➤ Serviceindividualisierung	➤ Massenhafte Fertigung von Unikaten

Anteil kundenindividueller Wertschöpfungsstufen

Quelle: In Anlehnung an Piller, F. T., 2003, S. 948.

Beispiel Hard-Customization

- Massenhafte Fertigung von Unikaten

- Modularisierung nach Baukastenprinzip

The screenshot displays a web-based customization interface for shirts, likely from the brand 'Dietrich'. The interface is divided into several sections:

- Design Selection:** A list of shirt designs with color swatches, including 'Gitterkaro fein bordeaux', 'Fil-à-Fil hellblau', 'sportliches Oberkaro blau', and 'Fischgrät dunkelblau'.
- Measurements and Options:** A section for 'Meine Maße liegen vor:' with a 'Nein' button. Below it, there are dropdown menus for 'Ihr Stoffwunsch:' (Fil-à-Fil anthrazit), 'Ihr Kragenwunsch:' (Kent), 'Ihr Manschettenwunsch:' (Doppelt), and 'Schnitt:' (Vollschnitt). There are also checkboxes for 'Monogramm:' (Ja) and 'Brusttasche:' (1).
- Collar and Cuff Selection:** Two pop-up windows are visible. The 'Kragenformen' window shows options for 'Kragenformen' (Button Down) and 'Manschettenformen' (Sport-Manschette). The 'Manschettenformen' window shows options for 'Manschettenformen' (Sport-Manschette).
- Processor Selection:** A section titled 'Prozessor' with a sub-header 'STANDARD (PROZESSOR)'. It lists several Intel processors with their specifications and prices, including Intel Core 2 Duo and Intel Pentium Dual-Core processors.
- Operating System:** A section titled 'Betriebssystem' with a sub-header 'Dell-PCs verwenden Original Microsoft Windows'. It lists the operating system options, including Windows Vista Home Premium.

Individualisierung...

- erhöht den Wert der Leistung,
- steigert das Involvement,
- erhöht die Kundenzufriedenheit,
- baut Wechselbarrieren auf.

Cross-Selling

„Überkreuz-Verkauf“ zusätzlicher Produkte oder Leistungen zusätzlich zum Hauptprodukt

- Paket stiftet als Gesamtlösung mehr Nutzen als die Einzelleistungen.
- Steigert Kundenzufriedenheit.

amazon.de Hallo! Melden Sie sich an, um persönliche Empfehlungen zu erhalten. Neukunde? [Bitte hier starten](#).

Mein Amazon.de Sonderangebote Wunschzettel Gutscheine Geschenke

Alle Kategorien ansehen Suche Bücher

Bücher Erweiterte Suche Stöbern Bestseller Neuheiten Hörbücher Englische Bücher Taschenbücher Fachbücher Sond

Jetzt bei **Amazon Prime** anmelden und kostenlose Lieferung am nächsten Tag erhalten. Bereits Mitglied? [Hier einloggen](#).

Hier klicken **Blick ins Buch!**

Offensives Marketing im E-Business
von [Anja Förster](#) (Autor), [Peter Kreuz](#) (Autor) "In der digitalen Geschäftswelt wird E-Business zunehmend zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Alltagslebens ..." [\(mehr\)](#)
★★★★☆ (4 Kundenrezensionen)

Preis: **EUR 54,95** Kostenlose Lieferung. [Siehe Details](#).

Gewöhnlich versandfertig in 4 bis 5 Tagen.
Verkauf und Versand durch **Amazon.de**. Geschenkverpackung verfügbar. Zustellung durch **DPD**.

69 neu ab EUR 44,50 **5 gebraucht** ab EUR 31,90

Für Kunden: Stellen Sie Ihre eigenen Bilder ein.
[Hier reinlesen und suchen](#)

Wird gern zusammen gekauft

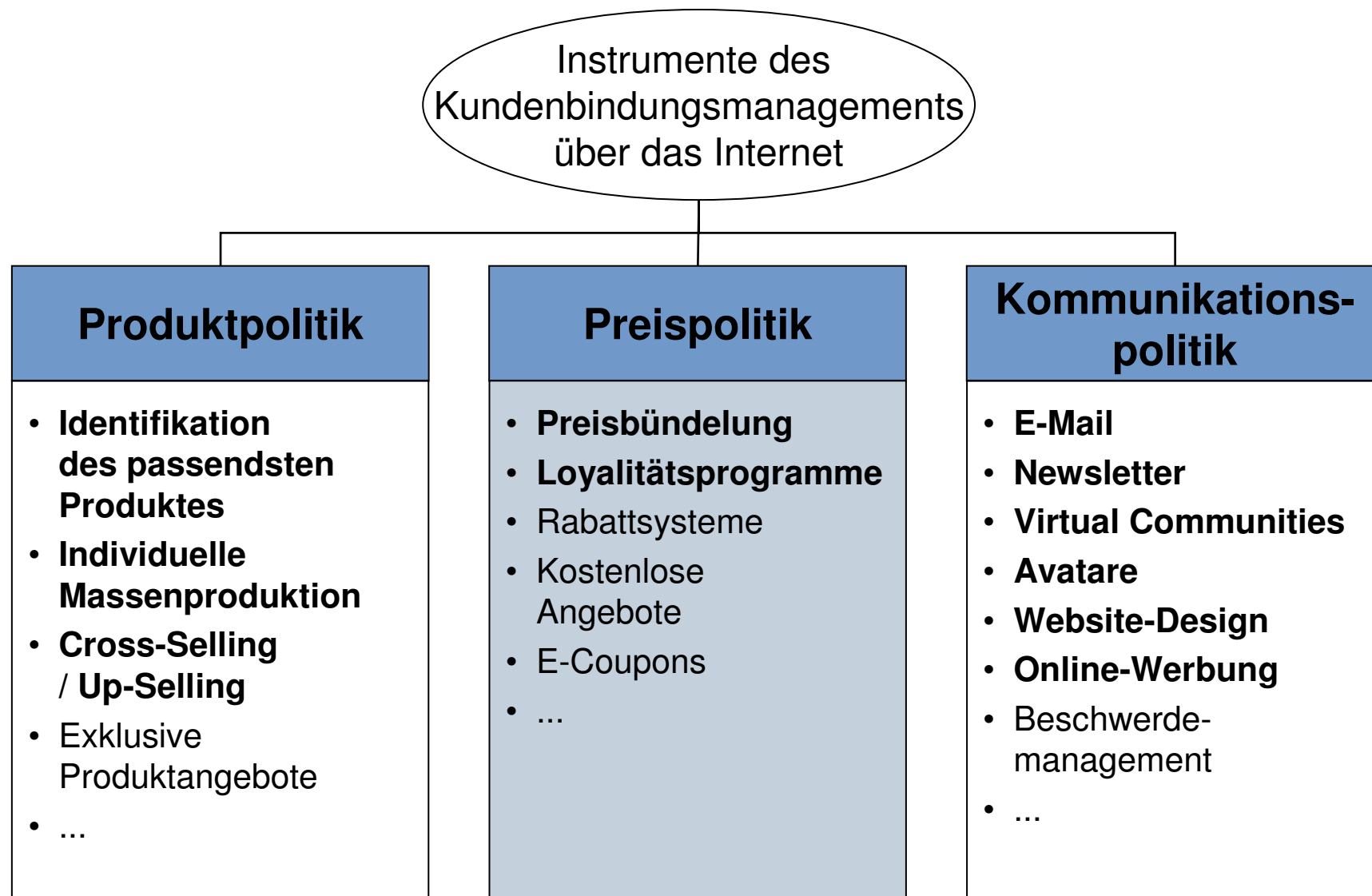
Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch: [Leitfaden Online-Marketing: Das kompakte Wissen der Branche](#) von Torsten Schwarz

Preis für beide: **EUR 94,85**
Beides in den Einkaufswagen

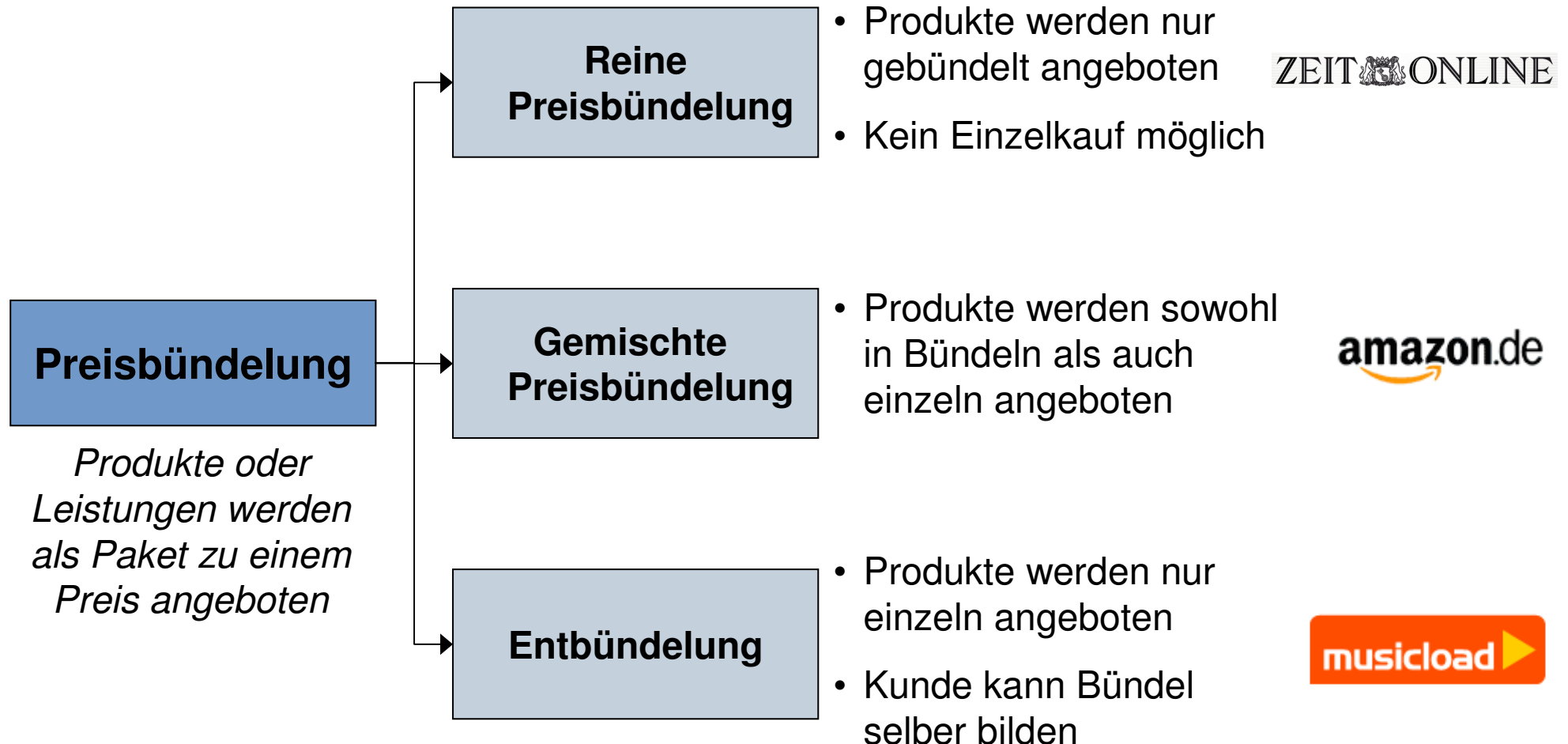
Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch:

[Blick ins Buch!](#) [Blick ins Buch!](#) [Blick ins Buch!](#) [Blick ins Buch!](#) [Blick ins Buch!](#)

Kundenbindungsmaßnahmen im Internet



Preisbündelung



Quelle: In Anlehnung an Wirtz, B. W., 2001, S. 448.

Loyalitätsprogramme

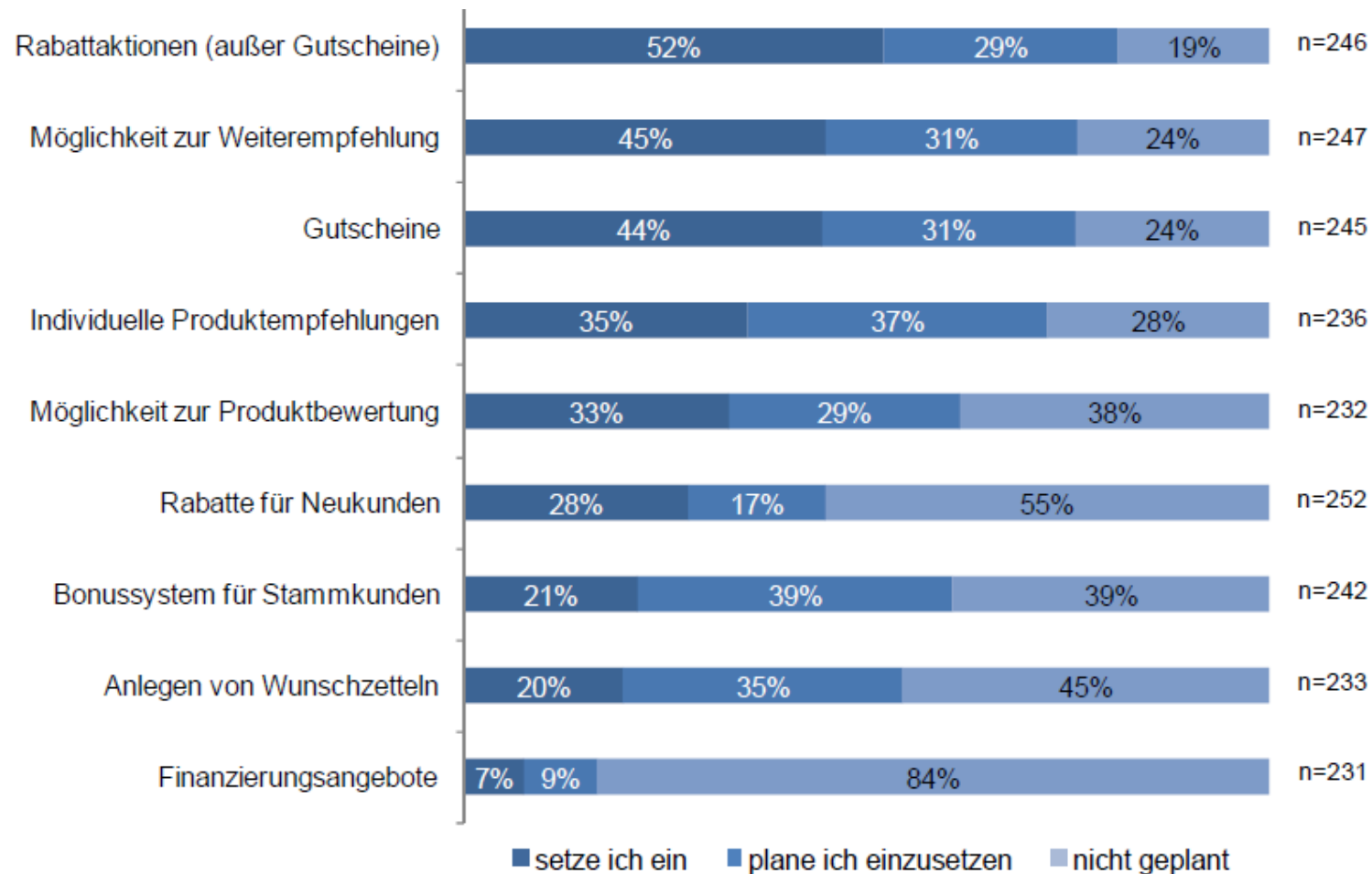
Unternehmen gewährt für bestimmte Verhaltensweisen Vorteile

- Vorteile können erst nach Erreichen einer Einlöseschwelle beansprucht werden (Belohnungsaufschub).
- Baut Wechselbarrieren auf.
- Stärkt Involvement.

The screenshot shows the webmiles website interface. At the top, there is a navigation bar with the webmiles logo and a login section with fields for 'Username' and a password mask, followed by a 'Login' button. Below the navigation bar, there are links for 'Sammeln A-Z', 'Partner', 'Prämien', 'Konto', and 'Anmelden'. The main content area is titled 'webmiles-Partnerangebote / Alle Partner'. On the left, there is a sidebar with a list of categories under 'Alle Partner', including Blumen & Geschenke, Bücher & DVD, Büro & Schreibwaren, Computer & Internet, Dating & Partnersuche, Essen & Genuss, Energie & Strom, Finanzen & Versicherungen, Freizeit & Hobby, Immobilien & Wohnungen, Handy & Games, Kinder & Baby, Magazine & Zeitungen, Mode & Style, Parfümerie & Drogerie, Reisen & Mobilität, Sport & Gesundheit, Technik & Multimedia, Tierbedarf, Wohnen & Haushalt, Themenspecial, and webmiles-Blog. The main content area features a section titled 'Entdecken Sie die vielfältigen Sammelmöglichkeiten bei webmiles-Partnern!' with a description of the program. Below this, there are six partner offer cards: webmiles Reisen (6 pro € 1,- Umsatz), FLEUROP bringt's (5 je € 1,- Umsatz), TARIFCHECK 24 (2.000 für Ihre Kreditanfrage), DELL (3 pro € 1,- Umsatz), shop-apotheke.com (2 je € 1,- Umsatz), and buy-v!p (600 für die Registrierung). At the bottom, there is a section titled 'webmiles-Partner von A-Z' with a list of partners grouped by letter: A (Alba Moda, Allianz 24, American Express, Apple Store, ARP DATACON), B (Bakw-Walz), I (immonet.de, I'm walking, InkClub.com, iTunes Store), J (JAKO-O), Q (Quelle, QVC.de), and R (reifen.com, ReifenDirekt.de, Rindchen's Weinkontor, ROYAL RRI INFI).

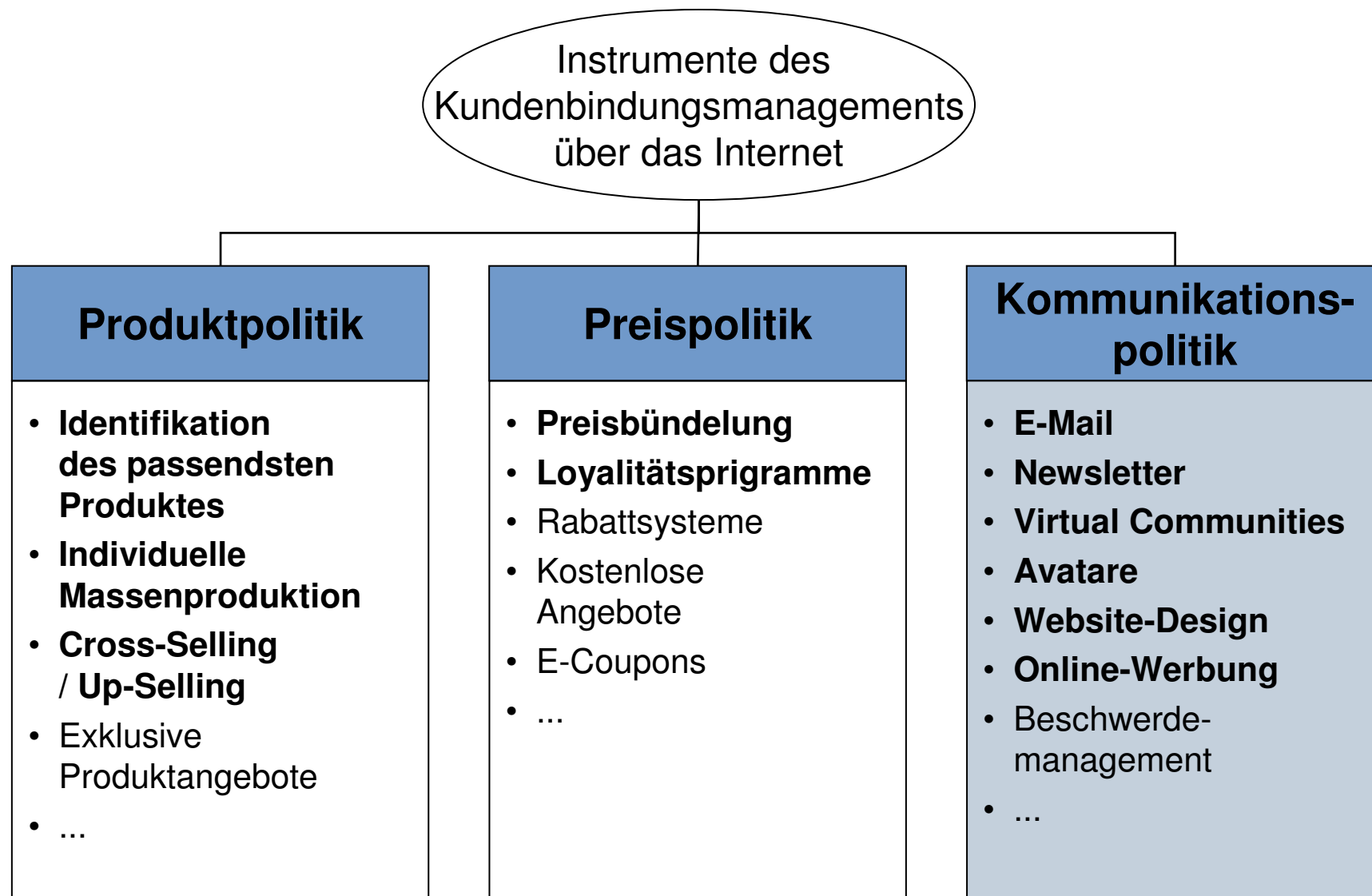
Kundenbindungsmaßnahmen im Internet - Umfrage

Welche Instrumente setzen Sie derzeit ein bzw. planen Sie zukünftig einzusetzen? (nur Unternehmen mit eigenem Online-Shop)



Quelle: ibi research, 2008

Kundenbindungsmaßnahmen im Internet



E-Mail

- E-Mail ist heute das wichtigste Kommunikationsinstrument im Internet
- Erfolgreiche Gestaltung und Realisierung von E-Mail-Kampagnen:
 - Die E-Mail Adresse auf einer Webseite sollte leicht zu finden sein, sog. mail-to-link
 - Die Adressen sollten mit Namen und Zuständigkeiten angeboten werden
 - E-Mails dürfen nicht ohne Einwilligung der Adressaten versendet werden - die Einwilligung wird als „Opt-in-Verfahren“ bezeichnet.



Newsletter

- Newsletter ist ein elektronischer Serienbrief - ein einfaches, schnelles, effektives und kostengünstiges Marketinginstrument
- Die Inhalte der Newsletter müssen auf die jeweiligen Zielgruppen richtig abgestimmt sein
- Die Highlights sollen schon im Header der E-Mail genannt werden
- Die Newsletter sollten personalisiert sein



Newsletter

Die Abmeldung eines Newsletters erfolgt durch das sogenannte **Opt-out Verfahren**.

Newsletter auf [Textformat](#) umstellen | Newsletter [abbestellen](#)

Haben Sie Fragen oder Anregungen?
Sie können uns gerne jederzeit eine [E-Mail schreiben](#). Bitte geben Sie dabei immer Ihre Mitgliedsnummer **7029988305** an. Sie sind unter der folgenden E-Mail-Adresse bei uns registriert:
magdalena.kacprzak@freenet.de

Impressum

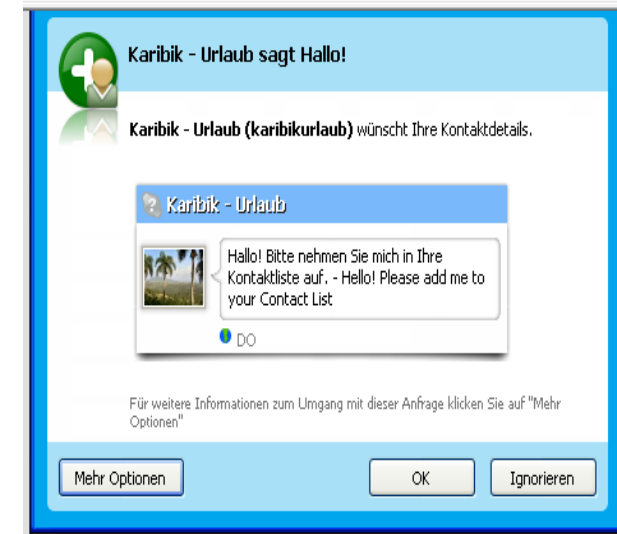
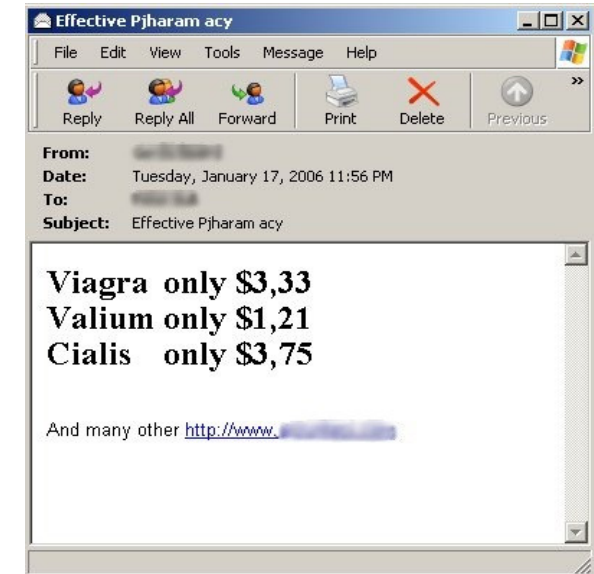
RM Buch und Medien Vertrieb GmbH	Geschäftsführer: Fernando Carro de Prada
Hauptsitz:	Registergericht Gütersloh HRB 1568
Carl-Bertelsmann-Straße 270 33311 Gütersloh	UST-Ident-Nr.: DE 811 147 836
E-Mail: service@derclub.de	

Telefon: 0180 / 5 415 233*
Fax: 0180 / 5 415 744*
*0,14 € pro Minute aus dem Festnetz, Mobilfunkpreise können abweichen

E-Mail und Newsletter

Spam-Problematik

- Das "Spamming,, - ein erhebliches Problem für E-Mail-Service-Provider und deren Kunden
- In den USA hat der Anteil unerwünschter Werbenachrichten bereits 50 % aller verschickten E-Mails erreicht - Tendenz steigend
- Es besteht die Gefahr, dass die erwünschte E-Mails oder Newsletter gelöscht werden oder fälschlicherweise von installiertem Spam-Filter geblockt werden.
- Produktivitätsverluste für die Unternehmen




Virtuelle Communities

- **Virtuelle Communities** bestehen aus Internet-Nutzern mit gemeinsamen Interessen und Bedürfnissen, die wiederholend miteinander per E-Mail, Chat oder Newsgroups interagieren, sie werden auch Web Communities oder auch Online Communities genannt.
- Im Internet existieren zahlreiche virtuelle Gemeinschaften, dabei kann man unterscheiden:
 - Geographische Communities
 - Demographische Communities
 - Themen- oder Branchenorientierte Communities
 - Spezielle Brand Communities

Virtuelle Communities

Startseite Community Marktplatz Unterhaltung Benutzerbereich Partnerbereich



Kultur mal wieder
Der umfangreichste Kulturkalender!
Veranstaltung finden und verabreden
www.loge2.de

Günstig wohnen in Berlin
Sauber und gute Verkehrsanbindung.
nur 15 Minuten zum Alexanderplatz!
www.Pension-Marienburg.de

Singlebörse Berlin
Treffen Sie Singles in Berlin.
Kostenlose Anmeldung!
www.Neu.de/Dates

Google-Anzeigen

Subscribe Customer Service Help Free Stuff!

Parents.com
THE ONLINE HOME OF AMERICAN BABY, PARENTS, AND FAMILY CIRCLE

search Parents.com Find

Don't miss Photo Contest

COMMUNITY

Getting Pregnant Pregnancy Babies Toddlers Preschoolers Big Kids Teens Family Life Fun Food & Recipes



Resolution #1: Lose that Baby Weight!

Pregnant? Mom of 3?

Whatever your parenting stage, sign up for our award-winning newsletters!


FIRST NAME:

EMAIL:

YOU ARE: Trying To Conceive

☒ 100 Days of Holidays
☒ Preparing for Pregnancy
☒ Ages and Stages
☒ Parents Weekly Recipe
☐ Send me special offers from your family of publications via email.

2 of 4

 SAT.1 TV-Programm & Community

Startseite > TV-Programm & Community

STARTSEITE
COMEDY & SHOW
FILME & SERIEN
VIDEOS
SPORT
NACHRICHTEN
SPIELE
AUTO
RATGEBER & MAGAZINE
TV-PROGRAMM & COMMUNITY
TV-PROGRAMM
SAT.1 COMMUNITY
Anmelden
Foren
SMS & IMMS
NEWSLETTER
SAT.1 ICQ SPECIAL
Download
Installation

Die Hitzeelle

Pause

00:04 / 00:36

TV-TRAILER COMMUNITY ICQ

7-TAGE-VORSCHAU

Wissen schafft

20:15 Navy CIS
21:15 Criminal Minds
22:15 Sachsepack
22:45 PLANETORA
23:30 Navy CIS
00:30 News & Stories
JETZT
01:19 So gesehen
01:20 Criminal Minds
02:00 QUIZ NIGHT
03:50 Richter Alexander Hoid
04:40 WAS QUICKEST DU?

SUCHE

Sat.1 von A-Z TV-Programm

Sponsored Link

TV kostenlos
Weg mit Pay-TV - TV kostenlos über das Internet gibt es hier!
> TV-kostenlos.info24.com


icq Toll chatten!

HAUSGEMACHT.TV

comet KINO

Die Sat.1 Pokerschule
I am an Co-Eindringling, wie man

Kontakt | Mitgliedschaft



Home Registrieren Hilfe Benutzer Kalender Heutige Beiträge Suchen

Sitesuche | Sitemap

HSV Supporters Community > HSV-Talk

BL-Tippspiel Chat Spielhalle Downloads Galerie Blog 1. Regel

ALLE FOREN LS TREFF AS BLOCK E HSV II SPORT TREFF MARK OT TREFF PD SP PC GR Community

Neues Thema

Themen im Forum : HSV-Treff

Virtuelle Communities

Merkmale virtueller Communities:

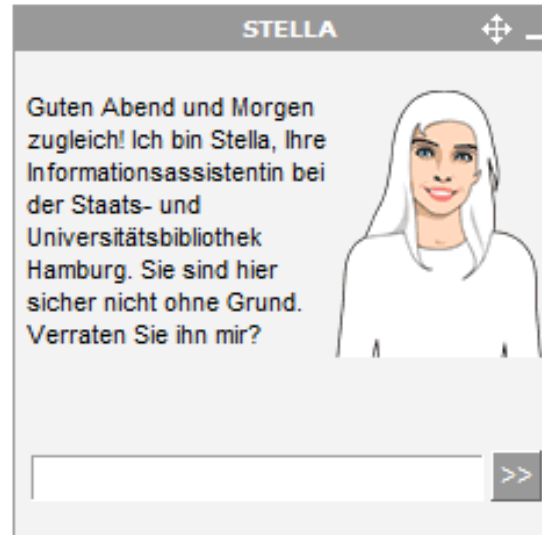
- **Die Integration von Inhalt und Interaktion** - die Inhalte werden präsentiert und gleichzeitig kann ein Austausch über diese Inhalte unter den Mitgliedern erfolgen.
- **Jeder Zeit kann jeder neue Inhalte hinzufügen** oder die bereits existierenden Beiträge kritisieren.
- **Gemeinsame Inhalte** - sie werden nicht zentral vorgegeben, sondern können von den jeweiligen Mitgliedern der Community vorgeschlagen werden.
- **Eine virtuelle Community sollte moderiert werden** - ein Moderator sollte eine Community vor den möglichen Angriffen schützen und forcieren, die Moderation darf aber nicht zu kritisch sein, ansonsten besteht die Gefahr, dass sich die Mitglieder in ihren Aktivitäten eingeschränkt fühlen.

Virtuelle Berater - Avatare

Avatare sind „aus Pixeln zusammengesetzte Persönlichkeiten“, die ihre Unterstützung auf den bestimmten Web-seiten anbieten.

Avatare werden von Unternehmen auf zwei Arten eingesetzt:

- zum einen in der Außenkommunikation als **Werbefigur**, z.B. wie Robert von T-Online;
- oder auf einer Webseite als **Online-Assistent**, der die Nutzer bei Fragen oder beim Einkauf oder Suche unterstützt, wie z.B. Stella von der Staats- und Universitätsbibliothek HH.



Virtuelle Berater - Avatare

Avatare ermöglichen:

- Kanalisierung der Informationen
- Vereinfachung des Suchprozesses
- Die Zielgruppe besser zu definieren
- Ersparnisse der Marketingkosten



All about Eve - Alles über die virtuelle Kundenberaterin von Yello Strom

Home All about Eve Background Animationen Dialoge Über 18 Gästebuch Links Info

Willkommen auf **All about Eve**, der offiziellen Fanpage der sympathischen Kundenberaterin der Yello Strom GmbH.


Eve heißt die junge Dame in dem sonnengelben T-Shirt, die Yello Strom im World Wide Web ein Gesicht verleiht. Als Ansprechpartnerin und Navigatorin führt sie mit schlagfertiger Persönlichkeit nicht nur kompetent durch das Yello Strom-Angebot, sondern auch ein lebendiges Privatleben außerhalb des Internets.

Nehmen Sie sich die Zeit und erfahren Sie hier mehr über die freundliche Schönheit, die für ihre Kunden sogar ihr letztes Hemd gibt...

Oder unterhalten Sie sich direkt mit Eve auf der Seite ihres Arbeitgebers
► **Yello Strom**.

Website-Design und Online Werbung

Gestaltungstipps:

- **Individualisierung ermöglichen** – das Internet bietet die Möglichkeit der individuellen Informations- und Angebotsgestaltung
- **Navigation einfach und zielorientiert gestalten** – die Attraktivität einer Website hängt hauptsächlich von ihrer „Usability“ ab
- **Mehrwert für den Nutzer schaffen** – die Website sollte den höchstmöglichen Nutzen anbieten, z.B. das preisgünstigste Angebot, dieser Nutzen muss klar und deutlich sichtbar sein, ein nahezu perfektes Beispiel einer Seite mit hohem Nutzwert ist 
- **Integrierte Kommunikation betreiben** – Multi Channel Management – die verschiedenen Kommunikationsinstrumente sollten sich gegenseitig verstärken und aufeinander abgestimmt sein

Website-Design und Online Werbung

Die wichtigsten Formen der Online-Werbung sind **die Suchmaschinen** - in 65% der Fälle werden die Nutzer auf eine Website durch Suchmaschinen-Eintrag aufmerksam.

Andere wichtige Formen:

Werbebanner, Sponsoring, Interstitials – Pop ups, Emails, Textlinks, Affiliate – Konzepte.

YAHOO!

123people

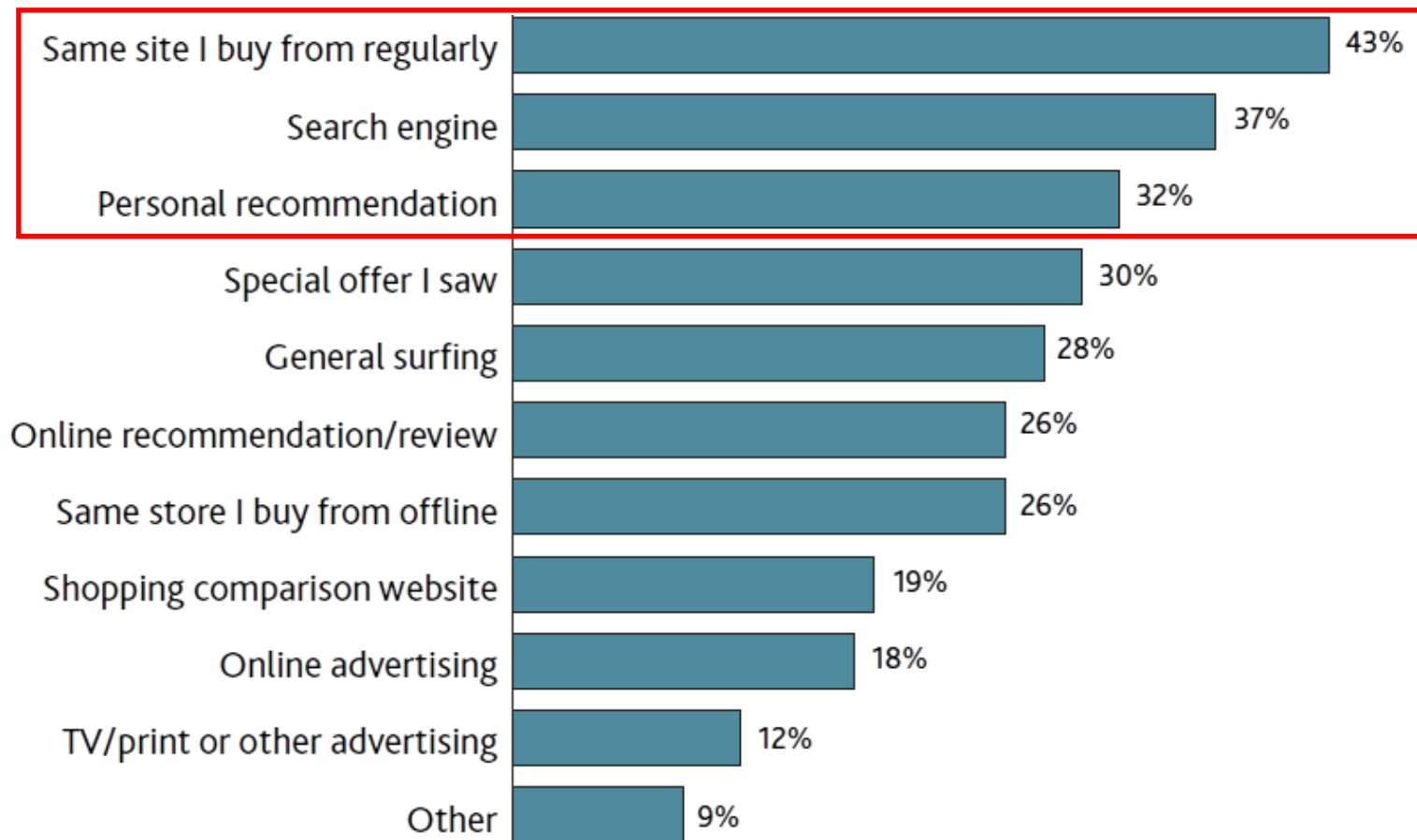
Google™

DasÖrtliche®
Ohne Ö fehlt Dir was

The screenshot shows the LEO online service website. At the top, it says "LEO Ein Online-Service der LEO GmbH". Below this, there are five tabs for different language pairs: Deutsch-Englisch, Deutsch-Französisch, Deutsch-Spanisch, Deutsch-Italienisch, and Deutsch-Chinesisch. Each tab has links for "Wörterbuch", "Forum", and "Trainer". In the center, there is a search bar with a "Go" button and a "Clear" button. To the right of the search bar, there is a large green advertisement for BCG (The Boston Consulting Group) with the text "Jetzt bewerben!" and "Werbung". Below the search bar, there is a section for "Werbung" (Advertising) with links for "Google-Anzeigen", "Wörterbuch", "Übersetzung", "Wörter einfach übersetzen", and "Mit". At the bottom, there is a navigation bar with links for "Suchtipps", "Abkürzungen", "Neuer Eintrag", "Fehler melden", "FAQ", "Nützliche Links", "Kontakt", "Toolbars", "Lion", "PDA", "Statistik", "Über uns", "Mitwirkung", and "Werbung". On the far right, there is a small advertisement for "booz&co." with the text "Strategiekonferenz 2009 'Zukunftsregion Naher Osten' Jetzt bewerben!".

Kundenbindungsmaßnahmen im Internet - Umfrage

What helps you decide which site to use for shopping online?

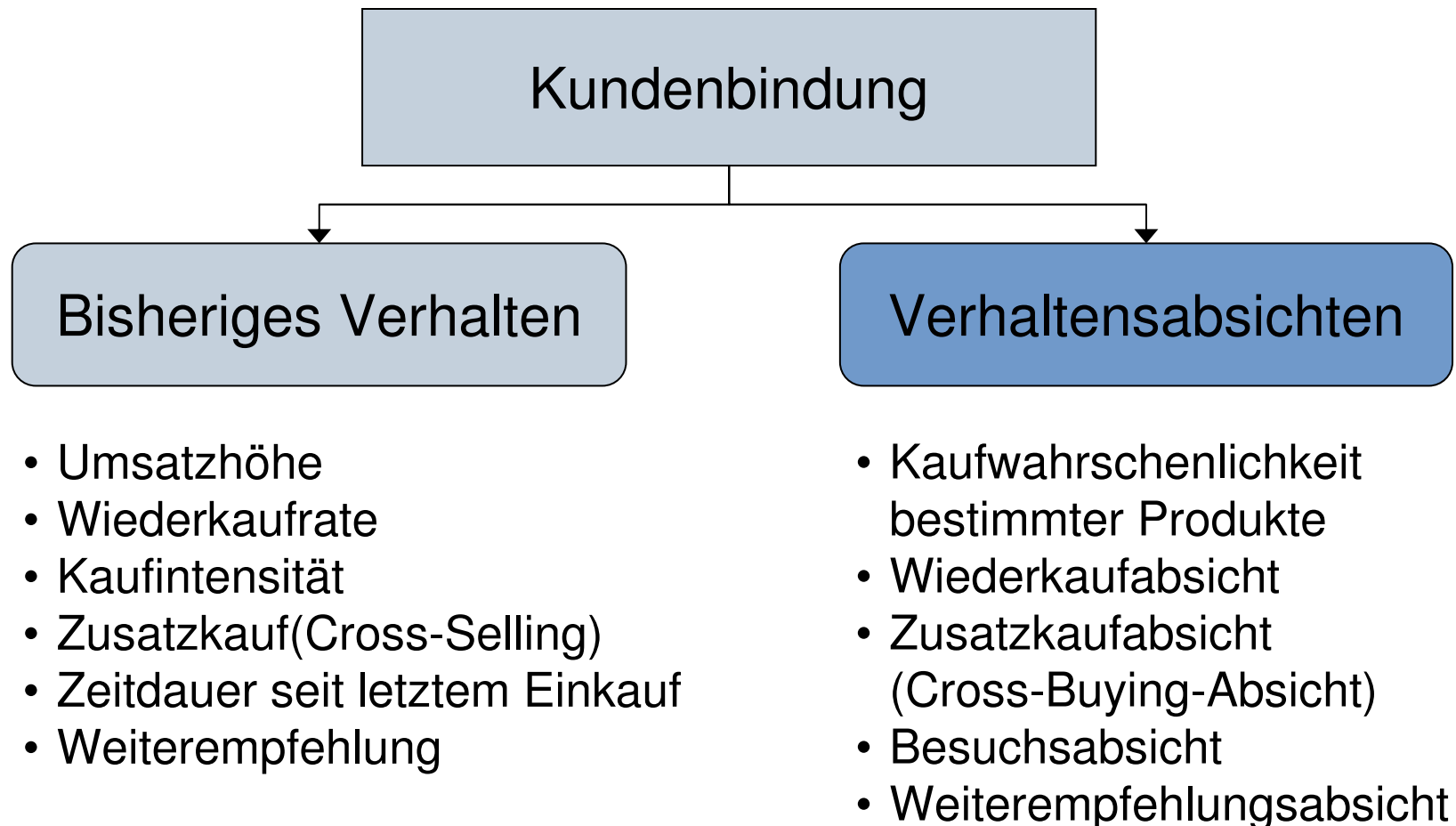


Quelle: ACNielsen, 2008

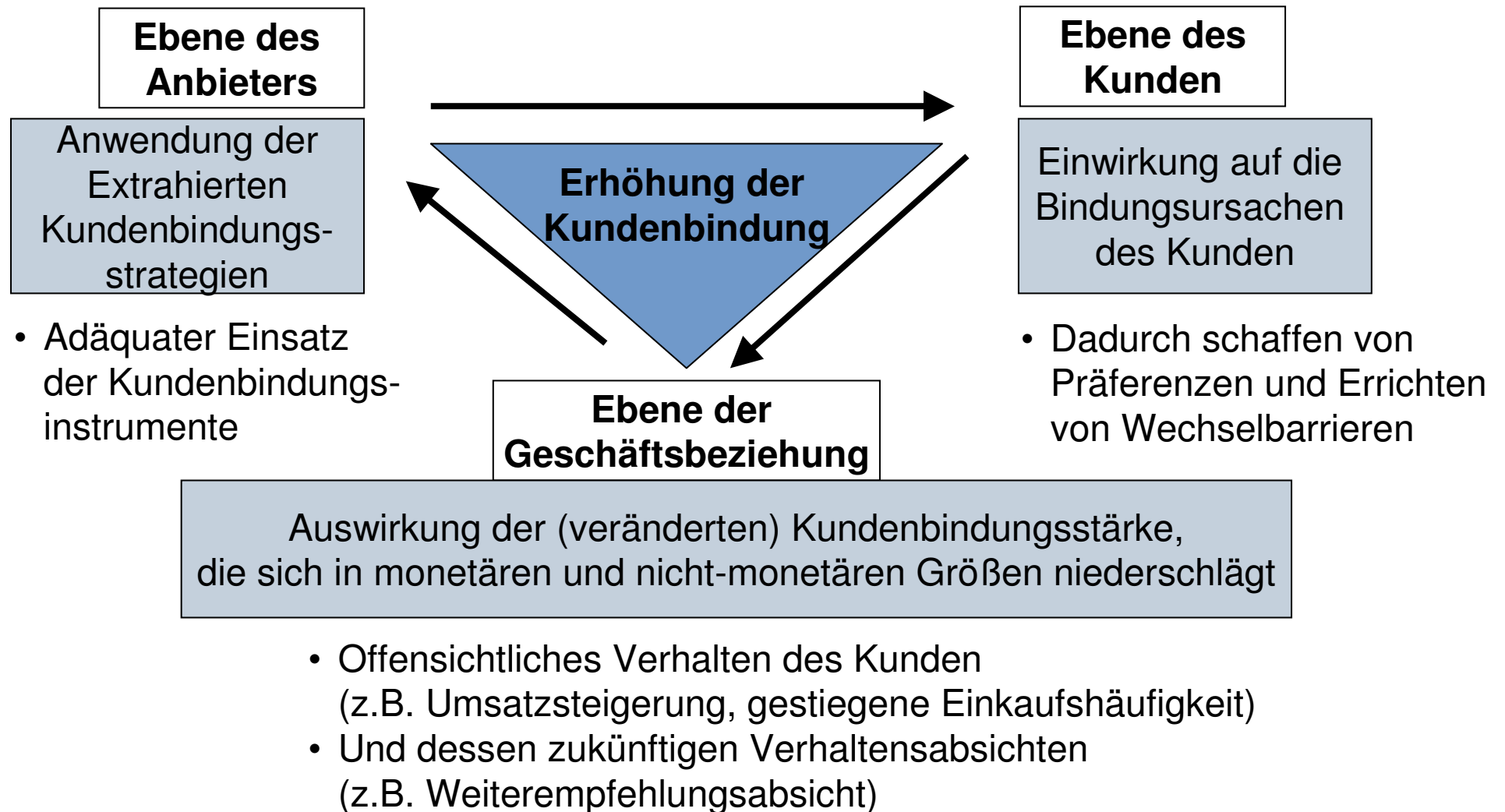
Agenda

- E-Business
- Kundenbindung
- Kundenbindungsmaßnahmen im Internet
- **Kundenbindungsmessung**
- Diskussion

Operationalisierung der Stärke der Kundenbindung



Ebenenmodell: Erhöhung der Kundenbindung



Beispiel – Kennzahlen von Besuchern im Web-Shop

Über welche kennzahlen der Besucher in Ihrem Web-Shop verfügen Sie?

(nur Unternehmen mit eigenem Online-Shop; Mehrfachantworten möglich)



Quelle: ibi research, 2008

Kundenbindungsmessung

Es ist nicht möglich die Bindung eines Kunden an ein Unternehmen direkt zu messen. Lediglich das Verhalten der Kunden kann beobachtet werden.

Zu beobachten sind

- Kundenabwanderungsrate
- Brutto-Kundenzuwachsrage
- Neukundenrate

Im Internet wird die Kundenbindung durch die Stickiness ausgedrückt. Die Stickiness ist die Zeit, die sich ein Kunde auf der Website aufhält.

Kundenbindungsmessung

Das Maß, um die Kundenbindung im E-Business zu messen ist die „Stickiness“ (Klebrigkeit).

$$\text{Stickiness} = \text{Frequenz} \times \text{Dauer} \times \text{Reichweite}$$

Mit:

- Frequenz =
$$\frac{\text{Visits pro Periode}}{\text{Unique Users mit Visits pro Periode}}$$
- Dauer =
$$\frac{\text{Dauer aller Visits pro Periode}}{\text{Visits pro Periode}}$$
- Reichweite =
$$\frac{\text{Unique Users mit Visits pro Periode}}{\text{Summe Unique Users}}$$

Kundenbindungsmessung - Zahlenbeispiel

$$\text{Stickiness} = \frac{\text{Dauer aller Visits pro Periode}}{\text{Unique Users gesamt}}$$

Zahlenbeispiel:	Visits pro Periode:	25.000
	Unique Users mit Visits pro Periode:	50.000
	Dauer aller Visits pro Periode:	1.000.000
	Summe Unique Users:	200.000

$$\text{Stickiness} = \frac{25.000}{50.000} \times \frac{1.000.000}{25.000} \times \frac{50.000}{200.000}$$

$$\text{Stickiness} = \underline{5 \text{ Minuten pro User}}$$

Agenda

- E-Business
- Kundenbindung
- Kundenbindungsmaßnahmen im Internet
- Kundenbindungsmessung
- **Diskussion**

Diskussion

- **Messbarkeit der Kundenbindung**
- Vorteile und Nachteile der Kundenbindungsmaßnahmen am Beispiel von Email und Newsletter
- Herkunft des Begriffes „Spam“
- Grenzen digitaler Kundenbindung

Messbarkeit der Kundenbindung

- Das wesentliche Problem liegt darin, die einzelnen Dimensionen korrekt zu messen.
- Regressionsmodell, in das alle Dimensionen gewichtet eingehen müssen.
- Kundenbindungsindex als eine Funktion von

Z= Zufriedenheit

A= Anforderungen

W= Wettbewerber

P= Potential

$$KBI=f(Z,A,W,P)$$

- Der KBI ist das Binderglied zwischen den vergangenheitsbezogenen Ergebnissen und den zukünftigen Kaufabsichten. Der Fokus liegt darauf, was der Kunde will und was er von anderen Wettbewerbern bekommen kann oder nicht bekommen kann, er zeigt auf was das Unternehmen verändern, entwickeln oder verbessern kann, um den Kunden auch in Zukunft zufriedenstellen zu können.

Diskussion

- Messbarkeit der Kundenbindung
- **Vorteile und Nachteile der Kundenbindungsmaßnahmen am Beispiel von Email und Newsletter**
- Herkunft des Begriffes „Spam“
- Grenzen digitaler Kundenbindung

Vorteile und Nachteile von Email und Newsletter

Vorteile

- Steigern die Kundenbindung
- Senken die Kosten der Marktforschung – kostengünstige Kommunikationsinstrumente
- Erhöhen den Bekanntheitsgrad der Dienstleistungen und Produkte
- Ermöglichen individualisierte Gestaltung der Marketingbotschaften

Nachteile

- Spam-Problematik
- Gefahr, dass sie als lästige Werbung empfunden werden – schlechte Image
- Niedrige Öffnungsrate

Diskussion

- Messbarkeit der Kundenbindung
- Vorteile und Nachteile der Kundenbindungsmaßnahmen am Beispiel von Email und Newsletter
- **Herkunft des Begriffes „Spam“**
- Grenzen digitaler Kundenbindung

Herkunft des Begriffes „Spam“

Spam ist ursprünglich ein Markenname für Dosenfleisch, es ist bereits 1936 aus **SPiced hAM** entstanden.

Der Begriff *Spam* steht für eine unnötig häufige Verwendung und Wiederholung – entstammt dem Spam-Sketch der englischen Comedyserie Monty Python's Flying Circus.

In einem Café besteht die Speisekarte ausschließlich aus Gerichten mit *Spam*, die *Spam* teilweise mehrfach hintereinander im Namen enthalten. Im Sketch wird das Wort *Spam* insgesamt 132 Mal erwähnt.



Diskussion

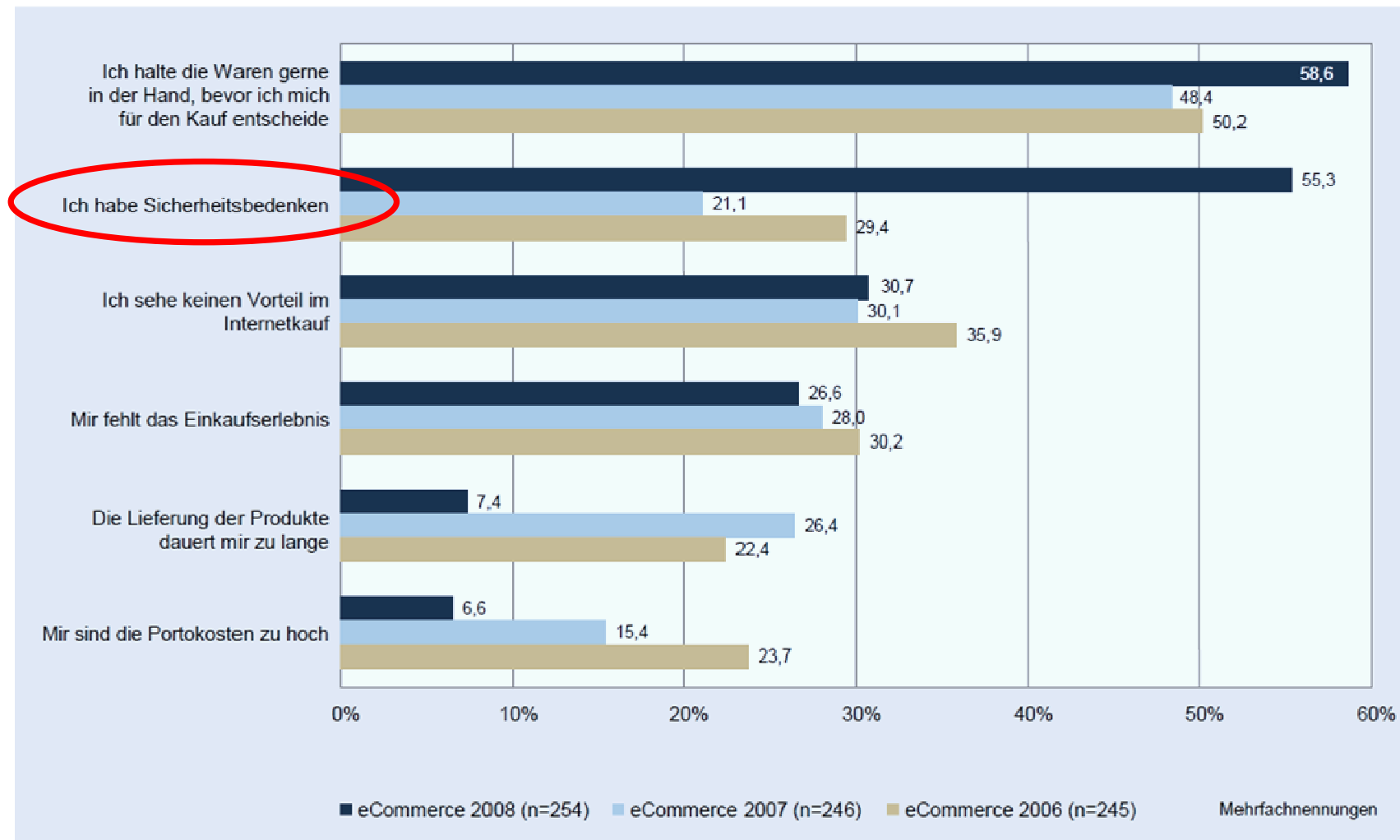
- Messbarkeit der Kundenbindung
- Vorteile und Nachteile der Kundenbindungsmaßnahmen am Beispiel von Email und Newsletter
- Herkunft des Begriffes „Spam“
- **Grenzen digitaler Kundenbindung**

Grenzen digitaler Kundenbindung

- Sicherheitsaspekt beim digitalen Datenaustausch
- Gefahr der Überalterung des Kundenstamms
- Gefahr der Kannibalisierung der Vertriebswege
- Besonders schnelle Verbreitung von negativem Word-of-Mouth
- Schwierigkeit den richtigen Kundenbindungsmaßnahmen-Mix zu finden
- Grenzen der Effektivität der Bindungsmaßnahmen

Grenzen digitaler Kundenbindung

Gründe für Nicht-Kauf



Quelle: EuPD Research, 2008

Grenzen digitaler Kundenbindung

To What Extent Do You Trust the Following Forms of Advertising?

Recommendations from consumers	78%
Newspapers	63%
Consumer opinions posted online	61%
Brand websites	60%
Television	56%
Magazines	56%
Radio	54%
Brand sponsorships	49%
Email I signed up for	49%
Ads before movies	38%
Search engine ads	34%
Online banner ads	26%
Text ads on mobile phones	18%

Quelle: ACNielsen, 2007

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!