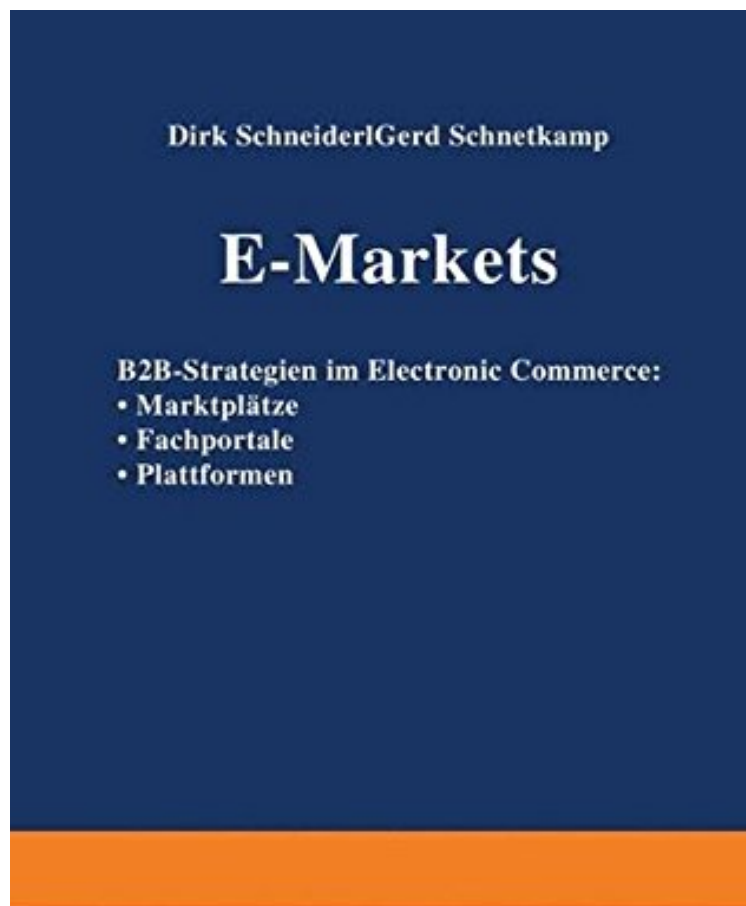


[Pdf free] E-Markets: B2B-Strategien im Electronic Commerce: Marktpltze Fachportale Plattformen (German Edition)

E-Markets: B2B-Strategien im Electronic Commerce: Marktpltze Fachportale Plattformen (German Edition)

Von Dirk Schneider

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



 Springer

 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrang: #1600176 in BcherVerffentlicht am: 2012-07-31Abmessungen: 8.86 x .62b x 6.02l, .0 Pfund Einband: Taschenbuch272 Seiten | File size: 20.Mb

Von Dirk Schneider : E-Markets: B2B-Strategien im Electronic Commerce: Marktpltze Fachportale Plattformen (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised E-Markets: B2B-Strategien im Electronic Commerce: Marktpltze Fachportale Plattformen (German

Edition):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
3 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
berzeugender Ausblick für Electronic B2B Commerce
Von Ein Kunde
Die größte Herausforderung im Umgang mit dem Thema E-Commerce ist die Vorhersage zukünftiger Trends. Es gibt zahlreiche Prognosen (z.T. sehr gute) über die Entwicklung des B2C Bereichs. Obschon die meisten Autoren heute bereinstimmen, da der B2B Bereich noch viel gravierendere Änderungen auslösen wird, gibt es hier noch wenig "Zukunftweisendes". Dies ist eine schlüssig aufgebaute, völlig überzeugende Argumentationskette warum und wie E-Markets die Beschaffungsmärkte weltweit revolutionieren werden.
Ein echtes Klassebuch!
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute Einführung in das Thema
Von Timberlake
Das Buch hat mir bei einer Facharbeit gute Dienste geleistet. Es ist zwar etwas lter, aber erklärt vielleicht aus diesem Grund das Thema ganz gut für "Dummies". Es wird bei den Grundzügen der E-Market Places angefangen und nicht zu schnell in Fach-Vokabular bergelangen. Die einzelnen Kapitel sind gut nachvollziehbar aufeinander aufgebaut.
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. top
Von Peter Lengler
Dies ist ein total leicht lesbares Buch und sehr empfehlenswert für das Thema - leicht lesbar und total verständlich ...

.de
Die Beschaffung eines einfachen Bleistiftes auf traditionellem Wege summiert sich über alle Unternehmensinstanzen leicht auf 150 DM und mehr. Allein dies sollte ein Grund sein, sich über die Möglichkeiten des elektronischen Handels zwischen Unternehmen (Business to Business oder kurz: B2B) näher zu informieren. Auf der Suche nach geeigneten Strategien ist das Buch von Schneider und Schnetkamp hilfreich. Ohne Euphorie und das Versprechen von Millionengewinnen widmen sich die Autoren in ihrem Werk den elektronischen Handelsbeziehungen zwischen Unternehmen. Diese sind mit dem Vorläufer EDI schon im bilateralen Datenaustausch altbewährt und erfahren zur Zeit eine inhaltliche und gestalterische Neu-Strukturierung durch das Internet und dessen Möglichkeiten. Durch einen klaren Aufbau und gute Navigationsmöglichkeit innerhalb des 260 Seiten umfassenden Buches findet der Praktiker viele Anregungen, die sich zu einem tragfähigen Gesamtbild formen und die Suche nach einer Strategie fördern. Denn es gilt nicht nur, wie im ersten Teil des Buches ausgeführt, "Chancen und Risiken von E-Markets zu erkennen", sondern etwa auch, Plattformen für die Beschaffung und die Vermarktung zu beherrschen und die Voraussetzungen für den B2B-Erfolg inhaltlich und strukturell aufzubauen. Auch der Umsetzung der Projektierung in die Praxis ist in dem Buch ausreichend Raum gewidmet. Der Leser findet aussagekräftige Check-Listen und Planungshilfen, die teils auch mit Zeitangaben versehen sind. So erhält der Praktiker eine gute Vorstellung dessen, was sich im Rahmen seines Gesamtprojektes "B2B" ergeben wird und was im Entwicklungsprozess zu beachten ist. Denn die Technologie und die Verfahren schreiten voran: Sieht man das "B2B" des Jahres 2000 als Öffnung des Marktes und Erweiterung des Marktpotenzials, stehen schon die "Business Webs" auf der Entwicklungsliste. In ihnen werden ganze Aufgabenprozesse geografisch getrennt über die elektronischen Medien abgewickelt. Durch eine gute E-Market-Strategie, so das Credo der Autoren, können jetzt schon die Grundlagen für eine klar definierte Weiterentwicklung gelegt -- und aktuell -- bereits jetzt erhebliche Einsparungen für Einkäufer respektive gute Ausgangspositionen für Vertrieber erarbeitet werden. Fazit: ein Buch für den Praktiker, gut geschrieben und geeignet, Visionen in das unternehmerische Team einzubringen und in erfolgreiche, zukunftsorientierte Projekte umzusetzen. --Horst-Joachim Hoffmann
Pressestimmen
"Der Leser von E-Markets kann sich auf ein relativ sachliches, gut gegliedertes Buch freuen, das einen klaren Blick auf eine Entwicklung voller Tempo wirft und diese analysiert." (Financial Times Deutschland, 6. Februar 2001) "Hervorragende Fallstudien und nützliche Handlungsanweisungen machen das Buch zur Pflichtlektüre nach dem E-Business-Hype." (HK, April 2001) "Kein Wunder, dass es ganz vorne auf der Bestsellerliste steht. Tipp: Kaufen." (MM Maschinenmarkt 12.11.2001) (...) "Das Buch ermöglicht eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Thematik unter der These "Alles, was über das Internet abgewickelt werden kann, sollte auch über das Internet abgewickelt werden." (Controller Magazin, Nr. 3, Mai 2001).
Werbetext
Erfolgreiche Vertriebskonzepte im E-Commerce