



1. Aufl. 2019, XX, 301 S. 1 Abb.

Printed book

Softcover

[1]64,99 € (D) | 66,81 € (A) | CHF
72,00

eBook

[2]49,99 € (D) | 49,99 € (A) | CHF
57,50

Available from your library or
springer.com/shop

Nina Lehmann

Verkauf über Vermittlungsplattformen

Eine empirische Untersuchung von Erfolgsfaktoren

Series: Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung

• Wirtschaftswissenschaftliche Studie

Nina Lehmann untersucht anhand von Realdaten einer Vermittlungsplattform, welche Faktoren den erfolgreichen Verkauf von Produkten über eine Vermittlungsplattform beeinflussen. Sie zeigt u. a. auf, dass sich eine Vermittlungsplattform auch als Instrument zur Steigerung der Bekanntheit der Anbieter eignet. Den erfolgreichen Verkauf können die Anbieter u. a. durch die Bereitstellung von aussagekräftigen Informationen und die Nutzung von Zusatzoptionen der Vermittlungsplattform unterstützen. Anlass der Untersuchung ist die steigende Bedeutung von Online-Marktplätzen und verschiedenen Plattform-Modellen, die den Zugang zu Nachfragern bieten. Es stellt sich die Frage, wie die Anbieter im Wettbewerb auf einer Vermittlungsplattform auftreten sollten, um Produkte erfolgreich verkaufen zu können.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

