



Viele Einzelhändler stecken zurzeit – nicht nur aber auch – getrieben durch die Corona-Krise, in Digitalisierungsprozessen. Hierzu gehört es, die Beziehung zu den eigenen Kunden digital abzubilden und möglichst zu vertiefen. Digitale Technologien wie Wearables, Smartphones, Augmented und Virtual Reality und auch Social Media Plattformen gehören dabei zum nützlichen Instrumentarium, eine optimale Digital Customer Experience am Point of Sale zu schaffen.

Das Buch „Digital Customer Experience – Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten“ von Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz und Prof. Dr. Christoph Lattemann (Herausgeber) legt aus der theoretischen Perspektive der Service Dominant Logic die Grundlagen für die Betrachtung und Gestaltung einer Digital Customer Experience. Anschließend diskutieren die Autoren deren Design und Rahmenbedingungen. Eine Darstellung von IT-gestützten Möglichkeiten, die persönliche Beziehung zwischen Kunde und Anbieter im stationären Einzelhandel durch digitale Dienste zu verbessern und zu ergänzen, schließt sich an. Besondere Betrachtungen einer mobilen oder mithilfe von virtueller Realität gestalteter Customer Experience sowie sozialer und kooperativer Konzepte runden das Herausgeberwerk ab.

**Wir freuen uns, unter unseren Unterstützern zwei Exemplare (eBooks) dieses Buchs verlosen zu können. Mehr dazu unten.**

Die Digital Customer Experience rückt zunehmend in den Fokus, wenn es darum geht,

Kunden einen besonderen Nutzen und ein besonderes Erlebnis zu versprechen, sie zufrieden zu stellen und zu binden. Sie ergänzt Produkte und Dienstleistungen und bietet dabei insbesondere im Kontakt zwischen Kunden und Anbietern digitale Services und Unterstützungsangebote. Hier setzt das Buch an und richtet sich an Verantwortliche für Digitalisierung im Marketing, im Handel und an der Kundenschnittstelle.

## Inhalt

Grundlagen und Perspektiven

Design und Rahmenbedingungen

Konzepte für den stationären Einzelhandel

Mobil und smart: Wearables, mobile Applikationen, AR/VR

Sozial und kooperativ: Social-Media-Strategien, Crowd Sourcing/Crowd Services, Sharing Economy

## Herausgeber

Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz ist Institutsleiterin und Professorin für Wirtschaftsinformatik an der Technischen Universität Braunschweig - mit Fokus auf der Erklärung und der Gestaltung wertvoller, häufig situierter, E-Services sowie digitaler Kooperation und Partizipation.

Prof. Dr. Christoph Lattemann ist Professor für Business Administration and Information Management an der Jacobs University Bremen und Professor für Entrepreneurship an der University of Agder in Norwegen - mit den Schwerpunkten der digitalen Transformation und des Design Thinking.

## eBook gewinnen

Unter unseren Unterstützern verlosen wir zwei Exemplare des Buchs **Digital Customer Experience - Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten** im Wert von je 34,99 Euro (eBook).

Wenn Sie bereits Unterstützer sind und eines der eBooks gewinnen möchten, schreiben Sie uns einfach bis zum 17.4.2020 eine Mail mit Ihrem vollständigen Namen und dem Betreff

„Digital Customer Experience“. Wir werden Ihre Daten an den Springer Verlag weitergeben und nur für den Versand des Buchs verwenden.\* [info@zukunfdeinkaufens.de](mailto:info@zukunfdeinkaufens.de)

Sie sind noch kein Unterstützer? Das können Sie hier [ganz leicht ändern](#). Schauen Sie doch auch einmal in unsere [Schatzkiste](#) mit allen Vergünstigungen für unsere Unterstützer.

\*Es gelten unsere [Teilnahmebedingungen](#).

Natürlich können Sie das Buch auch kaufen. Dafür bitte [hier entlang](#).