

Kanal-Integration

Eine wesentliche Entscheidung im Multi-Kanal-Management ist die Festlegung der Integrationstiefe.

Im Wesentlichen sind vier verschiedene Strategien möglich, mit unterschiedlichen Vor- und Nachteilen.

Isolierte Kanäle	Die Kanäle agieren vollkommen autark
Fokussierte Multi-Kanal-Strategie	Kundenseitig unabhängig Vertriebsunterstützung, Installation und Service sind gebündelt
Hybride Strategie	Sowohl im Vertriebsbereich als auch im Vertriebsumfeld werden die Ressourcen gebündelt. Allerdings beschränkt sich die Vernetzung im Vertriebsbereich primär auf die Absprache der Kundenkontakte
Vernetzte Strategie	Hierbei sind die Vertriebsbereiche aller Kanäle integriert vernetzt und bedienen abgestimmt die Kunden.

Vor- und Nachteile der Kanal-Integration

