

## Musterklausur

### E-Business (E-Shop)

#### **(1) Personalisierung von Angeboten im Internet (Grundlagen)**

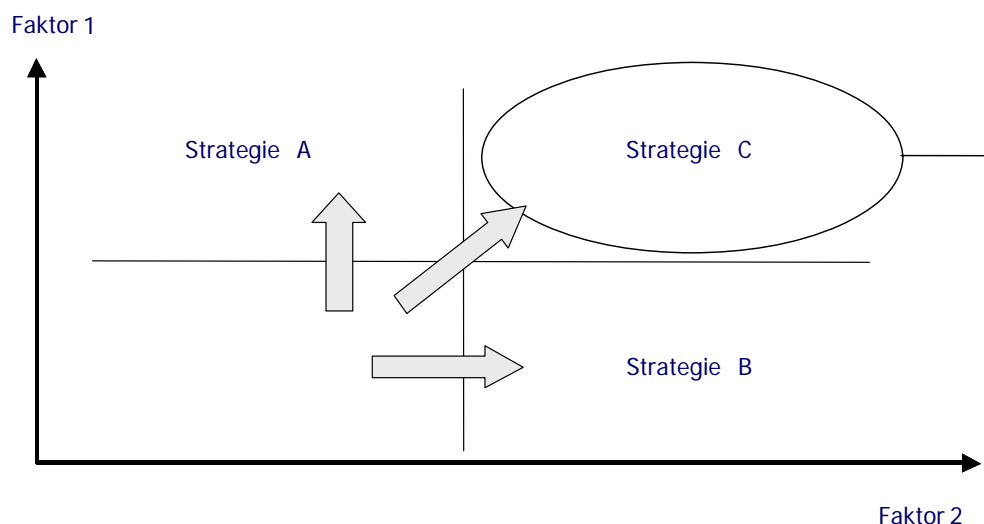
Die Personalisierung von E-Shops bietet sowohl für den Nachfrager als auch den Anbieter eine Menge Vorteile, aber auch einige Nachteile. Nennen und beschreiben Sie kurz je zwei Vor- und zwei Nachteile für den Anbieter und den Nachfrager eines E-Shops im Rahmen der Personalisierung der Online-Kommunikation.

**(15 Punkte)**

#### **(2) Strategische Ziele eines E-Shops (Wissen)**

Bei der Implementierung eines E-Shops für Unternehmen der Real Economy gibt es im Kern drei verschiedene strategische Ausrichtungen. Bitte beschreiben Sie die drei verschiedenen strategischen Ziele und nennen Sie die entscheidenden Faktoren, die die strategische Ausrichtung prägen. Das Schaubild unten kann Ihnen möglicherweise bei der Beantwortung der Frage helfen. Geben Sie ferner ein kurzes Praxisbeispiel Ihrer Wahl, wie die Umsetzung von „Strategie C“ in der Realität aussehen könnte.

**(18 Punkte)**



### **(3) E-Shop für *Rüttenscheid 08* (Transfer)**

Herr *Rudi Assemauer*, Manager vom bekannten Kicker-Klub *Rüttenscheid 08* hat bei der letzten Mitglieder-Versammlung harsche Kritik einstecken müssen. Der Klub steckt in finanziellen Schwierigkeiten und viele der anwesenden Mitglieder waren der Meinung, dass man über den Online-Shop des Klubs noch wesentlich mehr Einkünfte generieren könnte. Bisher konnte man „nur“ den Spielplan und das Mannschaftsportrait auf der Seite abfragen sowie über den E-Shop einige Fan-Schals und Trikots bestellen. Richtige Marketing-Aktionen für das Online-Angebot gab es bisher ebenfalls noch nicht. Bevor Herr *Assemauer* hier aber investiert, möchte er zunächst den E-Shop optimieren. Aufgrund einer Studie zum Thema „E-Bundesliga“ beauftragt er die Studenten der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen mit der eingehenden Analyse des bisherigen Shops, um dann an den richtigen Stellen mögliche Verbesserungen vorzunehmen. Sie, als Mitglied des studentischen Beratungsteams haben nun die Aufgabe, konkrete Verbesserungsvorschläge zu machen.

#### Fragen:

- a) Was versteht man unter den Controlling-Methoden „Konversionsrate“, „Live Drill Down“ und „Clickstream“? Erläutern Sie diese direkt anhand von fallbezogenen Beispielen im Rahmen des E-Shops von *Rüttenscheid 08*!
- b) Sie wissen nun, dass die meisten Besucher des E-Shops überwiegend junge Männer im Alter zwischen 20 und 30 sind, die aus der näheren Umgebung stammen. Mit welchen fallbezogenen Produkt-Angeboten könnte man über das Internet in dieser Zielgruppe mehr Umsatz erzielen? Nennen Sie hierbei zwei konkrete Möglichkeiten und verbinden Sie diese mit jeweils einem weiteren Cross-Selling-Angebot.
- c) Wie können weitere E-Shop-Nutzer gewonnen werden? Aus der Vorlesung kennen Sie vier Ebenen der Internet-Promotion. Bitte beschreiben Sie je zwei fallbezogene Beispiele Ihrer Wahl für eine Promotion in den Bereichen „Andere kommerzielle Websites“ und „Außerhalb des Internets“.

***HINWEIS: Wer sich nicht für Fußball interessiert, kann die Aufgaben auch z.B. auf einen Volleyball- oder Basketballverein beziehen. Bitte machen Sie dies in Ihrer Antwort deutlich.***

**(27 Punkte)**

Dauer der Klausur: 1 Stunde

Hilfsmittel: keine

**Viel Erfolg!**