

Buchtipps: Markus Fost - E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen



Die Zukunft der produzierenden Unternehmen liegt im B2B-E-Commerce. In seinem neuen Buch entwirft der Manager, Berater und Autor Markus Fost ein mehrdimensionales Strategiemodell und vermittelt Handlungsoptionen für Unternehmenslenker aus Marketing und Vertrieb.

Markus Fost, Jahrgang 1984, kann nicht nur auf eine bemerkenswerte Karriere in den Bereichen kaufmännische Leitung, Business Development und Geschäftsführung bei namhaften Unternehmen wie Graupner oder metabo verweisen. Der Betriebswirt und selbständige Unternehmer ist darüber hinaus mit verschiedenen Fachbüchern am Markt vertreten und berät Unternehmen in Bezug auf E-Business und E-Commerce.

In seinem neuen Buch - E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen – wendet sich Markus Fost im Schwerpunkt an Manager der herstellenden Industrie, deren Handelstätigkeit sich bisher primär auf stationäre Strukturen beschränkt. Die Vermittlung von Grundlagen des E-Commerce, die komprimierte Darstellung klassischer Handelsstrukturen und die Vorstellung der wichtigsten Komponenten aussichtsreicher E-Commerce-Strategien versetzt den Leser Schritt für Schritt in die Lage eigene Strategiemodelle für den Online-Handel zu entwickeln.

Auf insgesamt 171 Seiten entwickelt Markus Fost den Zugang zu einem schlüssigen und mehrdimensionalen Modell, das sich auf annähernd jedes produzierende Unternehmen übertragen lässt. Ergänzt werden die Ausführungen des erfahrenen Autors von insgesamt vier ausführlichen Experteninterviews. In umfassenden Gesprächen mit Professor Gerrit Heinemann, Professor Dirk Morschett, Dr. Georg Wittmann und Marcus Diekmann beleuchtet Markus Fost die aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnisse zum E-Commerce und überträgt diese verständlich und nachvollziehbar auf die Praxis. Auf diese Weise dient die Neuerscheinung aus dem Springer Gabler Verlag nicht nur als Orientierungshilfe und kompetentes Nachschlagewerk, sondern vermittelt Unternehmenslenkern und Managern aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und Business Development Handlungsoptionen für den eigenen Einstieg in den B2B-E-Commerce.