

Themen bisheriger Projekt- und Bachelorarbeiten in der Studienrichtung BWL-Handel/Vertriebsmanagement (Auswahl)

Vertrieb

- Analyse und Diskussion von Versandkostenmodellen
- Kundensegmentierung am Beispiel der XXX-Konsumenten – Eine Analyse der Konsumentenstruktur anhand ausgewählter Segmentierungskriterien zur Optimierung der Kundenansprache
- Optimierung der Bauelemente-Verkaufsraumgestaltung unter verkaufpsychologischen Aspekten
- Optimierung der Vertriebskonzeption im Bereich Holzfaserdämmstoffe
- Positionierungsorientierter Ansatz zur Vertrieboptimierung
- Optimierung der Vertriebsstruktur des Intermediärvertriebs der XXX GmbH
- Analyse unterschiedlicher Domainbewertungsverfahren und deren praktische Umsetzung
- Analyse von Preisstrategien und Aktionen im Bekleidungseinzelhandel, dargestellt am Sommerschlussverkauf
- Auswirkungen einer vertikalen Integration von Markenherstellern auf den Distanzhandel
- Bewertung von Verkaufsförderungsaktionen im Versandhandel
- Celebrity Marketing: Testimonials als Werbeträger am Beispiel der Modemarke XXX
- Corporate Design als Wettbewerbsfaktor
- Customer Relationship Management im Business-to-Business-Bereich am Beispiel des Web-Shops XXX
- Der Einfluss der Emotionen auf das Käuferverhalten: Werbeerfolgskontrolle bei XXX
- Die marketingrelevante Bedeutung von Bewegtbild im E-Commerce aus Sicht des Kunden
- Eigenmarken im Textileinzelhandel: Strategische Komponenten und Implementierungsformen
- Erfolgskontrolle im Sportsponsoring
- Entwicklung eines Marketingmix zur Produktneueinführung des XXX
- Keyword-Advertising: Der Erfolgsfaktor der Net Economy
- Kinder als Zielgruppe im Baumarkt
- Kundenbindung im Internet: Grundlagen und Instrumente am Beispiel der Sammelbesteller bei XXX
- Markteintritt von Versandhändlern in osteuropäischen Ländern - Vorbereitung und Durchführung
- Markenlizenzierung als Instrument der Diversifikationsstrategien
- Online-Umfragen zur Reaktivierung inaktiver Kunden
- Optimierung des Beilagen-Streugebiets anhand von Geomarketing-Faktoren

- Optimierungsansätze des E-Mail-Marketings als Instrument zur Anwerbung von Handelsvertretern
- Planungsprozess einer stationären Verkaufsförderungsaktion
- Zur Bewertung von Platzierungsvorgaben in filialisierten Handelsunternehmen
- Telefonmarketing als Instrument des Kundendialogs
- Virales Marketing als alternative Werbeform
- Visual Merchandising: Mehr Umsatz durch ein neues Ladenlayout
- Warenplatzierung: Umsetzung und Wirkung am Beispiel des Discounters XXX
- Neue Potentiale für ... durch Social Networking Plattformen
- Wettbewerbsanalyse als Grundlage für die Optimierung absatzpolitischer Instrumente
- Optimierung von Betreffzeilen im Newsletter-Marketing
- Die weiblichen Best Ager: Analyse eines Stiltypenwandels und Erarbeitung eines zielgruppenadäquaten Marketing-Mix
- Nachfrageorientierte Ermittlung eines gewinnmaximalen Verkaufspreises mithilfe der empirischen Bestimmung der Preis-Absatz-Funktion
- Optimierung der Kundensituation durch Empfehlungsmarketing
- Analyse und Bewertung des aktuellen Social Media Auftritts der XXX GmbH
- Optimierung der Einsatzmöglichkeiten der Recommendations in den Onlineshops der XXX GmbH
- Chancen und Risiken des Werbewegs Facebook im Online-Marketing-Mix zur Mitarbeiterrekrutierung
- Entwicklung eines strategischen Social-Media-Planungsprozesses
- Konsumentengerichtete Verkaufsförderung im Discountlebensmitteleinzelhandel
- Behavioral Targeting als Maßnahme zur Effizienzsteigerung von Bannerwerbung im Rahmen des Online-Marketings
- Co-Promotion als eine Form von Marketingkooperationen auf dem schwedischen Versandhandelsmarkt
- Analyse der Onsite Teaser im Onlineshop der XXX GmbH
- Konzeption eines Beschwerdemanagementssystems
- Business Development : Analyse der kundenorientierten Vertriebsstrategie der XXX GmbH
- Customer Value - Analyse des Stützpunkthändlerkonzepts
- Selektion der Schlüsselkunden für die Implementierung des Key Account Managements
- Strategische Schlüsselkundenbetreuung nach dem St. Galler Key Account Management Konzept
- Verkaufsflächenverteilung mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung

Marketing: Controlling

- Benchmarking und Erfassung von Kundenzufriedenheit in regionalen Vertriebsgebieten
- Entwicklung eines Kennzahlensystems als Bestandteil des Vertriebscontrollings
- Entwicklung eines Kennzahlensystems zur Analyse von Produktprogrammen und Sortimenten
- Messung der Werbeeffizienz von Prospektbeilagen anhand ausgewählter Methoden
- Werbeeffizienzmessung im Zuge der Werbemittelumstellung von der Anzeigeninsertion in der "Süddeutschen Zeitung" auf die Handzettelverteilung
- Mystery Shopping als Mittel zur Messung der Servicequalität am Beispiel des Marktchecks

Marketing: E-Commerce

- Analyse der Anforderungen einer Geschäftsmodell-unterstützenden Mobile Applikation für die Internetproduktsuche XXX.com
- Entwicklung eines Websitekonzepts als Komponente einer Multi-channel-basierten E-Commerce-Strategie
- Evaluation von Gestaltungsmöglichkeiten zur Weiterentwicklung einer Website unter Usability-Gesichtspunkten
- Implementierung eines Online-Shops in der DIY-Branche Gartenmarkt im Rahmen einer Multi-Channel-Strategie
- Strategien zur Steigerung des E-Commerce Umsatzes im B2B Bereich
- Untersuchung zur Nutzung eines Business-to-Business Online-Vertriebskanals durch den Kunden am Beispiel eines Unternehmens in der Befestigungsbranche

Marketing: Kundenbindung

- Customer Recovery - ein Kundenrückgewinnungsprozess
- Das Beschwerdemanagement als Instrument zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit
- Das veränderte Kaufverhalten durch den Einsatz von Kundenkarten
- Die Kundenzufriedenheitsanalyse als Methode zur Sicherung der Qualität von Vertriebspartnern
- Empirische Analyse zur Bewertung und Neukonzeption einer Kundenkarte im Textileinzelhandel
- Rückgewinnungsmanagement - Abwanderungsanalyse und Potenziale
- Überprüfung der Anforderungen an ein CRM System am Beispiel von Microsoft Navision CRM 4.0

Marketing: Markenmanagement

- Expansion mittels Nischenkonzepten innerhalb der Dachmarke XXX
- Relaunchplanung von Handelsmarken unter besonderer Berücksichtigung des Ausschreibungsprozesses

Marketing: Preispolitik

- Prüfung von Dauerniedrigpreisen als Alternative zur bisherigen zeitlich begrenzten Sonderangebotsstrategie im Handel mit Drogerieartikeln
- Pricing: Theorie der Preispolitik mit dem Schwerpunkt der Preisfindung für internationale Märkte

Marketing: Werbung

- Analyse und Optimierung des Newsletters als Instrument des E-Mail-Marketings zur Steigerung der Nachfrage
- Customer Acquisition - Maßnahmen zur Effizienzsteigerung der Werbewege im Rahmen der Neukundengewinnung
- Die marketingrelevante Bedeutung von Bewegtbild im E-Commerce aus Sicht des Kunden
- Individuelle Newsletter als Maßnahme des Direct Performance-Marketings im Rahmen der Online-Marktkommunikation
- Maßnahmen zur Erschließung neuer Zielgruppen für die Online-Neukundengewinnung von Sammelbestellern
- Maßnahmen zur Kundengewinnung der Zielgruppe 45 plus für digitale Bibliotheken - eine empirische Studie
- Multi-Channel-Marketing im Versandhandel: Auswirkungen von Printkatalogen auf das Konsumentenverhalten im Onlinemarketing
- Planungsprozess der Online-Kommunikation zur Marktbearbeitung der USA
- Zielgruppenorientierte Werbung im Internet mithilfe des Targetings

Controlling / Finanzen

- Beurteilung der Investition zur Errichtung einer Hopfenpelletieranlage
- Controlling als Bestandteil der Unternehmensführung - dargestellt am Beispiel eines mittelständischen Stahlhandelsunternehmens
- Das Reporting im Controlling der XXX-Gruppe: Bestandsaufnahme und Optimierungsansätze
- Wirtschaftlichkeitsbewertung von Reisebüros im Konzernverbund der XXX AG anhand einer mehrstufigen Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Analyse und Optimierung der Ergebnisauswertung im E-Commerce und des Kataloggeschäfts mit den Werkzeugen eines internen Benchmarking
- Deckungsbeitrag und Return on Investment: Zwei Kennzahlen der operativen Unternehmenssteuerung
- Entwicklung eines Reportingkonzepts für den Einkauf
- Instrumente des strategischen Vertriebscontrollings

- Investitions-Controlling des neuerbauten Baustoff-Kompetenzzentrums Kempten
- Investor Relations und Aktienkurs einer börsennotierten Unternehmung. Eine theoretische und empirische Untersuchung anhand von Unternehmen der drei wichtigsten deutschen Aktienindices
- Kauf vs Leasing: Eine finanzwirtschaftliche Analyse am Beispiel des Erwerbs von PC-Systemen
- Logistikcontrolling am Beispiel der Baustoff-Zustellung bei XXX
- Überprüfung der länderspezifischen Kostenaufschläge im Einkauf der Firma XXX
- Verrechnung von IT-Leistungen innerhalb des Unternehmens mit Hilfe der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung

Informationsmanagement

- Vermarktung des neuen Geschäftsmodells web-basierter IT-Services am Beispiel eines White Papers für Software-as-a-Service
- Abbruchanfälligkeit der Warenkorbprozesse im Online-Versandhandel: Vergleich unterschiedlicher Anbieter mit Hilfe der Nutzwertanalyse
- Entwicklung eines Corporate Blog Konzepts
- Business Intelligence System – Nutzenpotenziale für den Einsatz bei XXX
- Das Intranet als Medium der internen Unternehmenskommunikation
- Entwicklung einer Roadmap zur Implementierung einer CRM-Software

Personalmanagement

- Anreizsysteme im Vertrieb am Beispiel der Handelsvertreteranwerbung
- Auswirkungen einer optimierten Personaleinsatzplanung auf das mittlere Management
- Erfolgsfaktoren für die Implementierung eines Ideenmanagements
- Mitarbeiterbindung als strategischer Erfolgsfaktor
- Monetäre und nicht-monetäre Incentives als Motivationsinstrumente für Vertriebsmitarbeiter
- Unternehmenskultur und interne Kommunikation
- Variable Vergütungssysteme als Instrument der Unternehmensführung zur Motivation und Bindung der Führungskräfte im Vertrieb
- Weiterbildungserfolgskontrolle und Auswirkungen von Weiterbildungsmaßnahmen auf den Unternehmenserfolg
- Change Management: Analyse geeigneter Methoden für die Erweiterung des XXX Baumarktes
- Die Stellenbeschreibung als Instrument der Personalpolitik
- Eignungsprüfung des Ausbildungskonzepts Juniorenfirma
- Entlohnungssysteme: Auswirkungen auf die Motivation von Vertriebsmitarbeitern

- Entwicklung eines Konzepts zum Karriereportal auf [www. XXX .de](http://www.XXX.de) als Teil der externen Personalmarketingstrategie
- Instrumente der Personalbedarfsdeckung bei XXX und Ergänzungsmöglichkeiten durch Karrierenetzwerke
- Leistungsbeurteilung vor dem Hintergrund moderner Unternehmensführung zur Diskussion flexibler Arbeitszeitmodelle

Strategisches Management

- Entwicklung einer Handlungsempfehlung zur Positionierung der XXX GmbH im Wärmemarkt der Zukunft
- Entwicklung eines Basisgeschäftsmodelles für Hosting-Lösungen
- Ermittlung von Sollwerten ausgewählter Kennzahlen der Balanced Scorecard, dargestellt am Beispiel der Flächenkonzepte
- Industrielle Dienstleistungen im Baugewerbe: Eine marktorientierte Untersuchung angebotsdifferenzierender Dienstleistungen
- Markteintritt von Versandhändlern in osteuropäischen Ländern - Vorbereitung und Durchführung
- Markteintrittsstrategien für den spanischen Bastel- und Hobbymarkt
- Strategisches Management mit Hilfe der Szenariotechnik am Beispiel des Internetglücksspielmarktes
- Unternehmensbewertung unter besonderer Berücksichtigung des M & A Prozesses am Beispiel eines Retailbetriebes
- Vom landwirtschaftlichen Betrieb zum internetgestützten Unternehmen: eine empirische Analyse des E-CRM