

## 6.6 Zusammenfassung Vertrieb im Web-Business

Der Vertrieb im Web-Business umfasst zunächst die Vertriebsplanung, deren Ziel die Optimierung der Strategie des Unternehmens anhand der Untersuchung von Ertragschancen, Umsätzen und Kosten ist. In einem Vertriebsinformationssystem werden die Bewegungen der Besucher aus den unterschiedlichen Quellen von der Kontaktfläche bis hin zur Zielaktion erfasst und ausgewertet.

Das Vertriebsmanagement soll mithilfe von CMS sowie CRM zu einer Steigerung der Konversionsrate führen. Die Aufgabe ist insofern diffizil, als dass das Web ein Käufermedium ist und die Besucher mit relevanten Inhalten auf die Website gebracht und dort gehalten werden müssen.

Im Web-Business wird zwischen dem direkten und dem indirekten Vertrieb unterschieden. Im Rahmen des direkten Vertriebs generiert der Unternehmer die Bestellungen für seine Güter *direkt* und ohne die Einbindung eines Zwischenhändlers in Interaktion mit den Kunden. Beim indirekten Vertrieb hingegen agiert zwischen dem Unternehmer und dem Kunden ein weiterer Handelspartner, der als Vermittler dient. Die Bestellung wird außerhalb des Einflussbereichs mit fremden Marketingaktionen akquiriert und meist in Form einer Provision bei dem Vertriebspartner entlohnt.