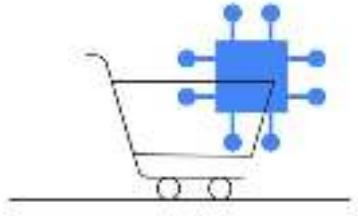


Häufig zu beobachtende

Erfolgsbarrieren

lokaler Online-Marktplätze



Basis / Voraussetzungen

- Fehlender echter Mehrwert aus Sicht der Kunden (relevant, erlebbar, dauerhaft)
- Fehlende Bekanntmachung von Plattform (online und offline)
- Fehlende Konsistenz der Erlebnisse im Laden und im Internet



Content / Angebote

- Sehr begrenzte Anzahl lokaler Fachhändler und Filialisten
- Begrenzte Angebotsbreite, keine internettypischen Empfehlungen
- Geringe Aktualität und Qualität der Daten



Umsetzung / Etablierung

- Schlechtes Veränderungsmanagement
- Keine praxisnahen Hilfsangebote für teilnehmende Händler
- Unklare Verantwortlichkeiten
- Fehlende Berücksichtigung der Heterogenität



Technik/Infrastruktur

- Einfachheit der Anbindung
- Einfachheit der Nutzung
- Design und Wirkung auf allen Geräten

