



Studienprojekt im Bachelorstudium – WS 2019-20
Veranstalter: Franziska Safar, M.Sc. und Amelie Winters, M.Sc.

„Omnichannel Retailing and Tourism: Touchpoints in der Customer Journey“

Mittwoch, 08.00 – 10.00 Uhr, Raum DM 131, Teilnehmerzahl max. 30

Thema

Aufgrund neuer digitaler Technologien und des Aufkommens neuer Kanäle interagieren Kunden heute mit Händlern und Serviceanbietern über eine Vielzahl von Touchpoints. Dieses Studienprojekt im Bachelorstudium widmet sich dieser Interaktion von Kunden mit Unternehmen, wobei die Distribution/ der Handel und/oder die Tourismusbranche im Vordergrund stehen. Die Vielzahl neuer Touchpoints führt dazu, dass die Customer Journey der heutigen Kunden von der Vorkauf- über die Kauf- bis zur Nachkaufphase immer umfangreicher und vielseitiger werden. Die kanalübergreifende Kundenbindung gilt speziell als eine der größten Herausforderungen für Unternehmen. Außerdem ist es für Unternehmen herausfordernd, die Erwartungen der Kunden an schnellen, einfachen Service über alle Touchpoints hinweg, zu erfüllen. Eher praktischer Forschungsbedarf besteht bzgl. der Gestaltung einer effektiven Customer Experience von Omnichannel-Handels- und Tourismusunternehmen, insb. mit Blick auf die Gestaltung und Verknüpfung einzelner Touchpoints. Die bisherigen Studien, die sich mit der Kundenbindung über Touchpoints hinweg beschäftigt, sind nach wie vor begrenzt. Dieses Studienprojekt behandelt somit Fragestellungen rund um die neue Customer Journey von Kunden über alle möglichen Kaufphasen.

Vorgehensweise

Die Vorgehensweise im Studienprojekt erfolgt nach dem Muster einer theoriegeleiteten, empirischen Forschung. Im Rahmen des Studienprojekts werden Sie sich zunächst mit dem Omnichannel Retailing und den Herausforderungen der neuen Customer Journey aus einer konzeptionellen und theoretischen Perspektive beschäftigen. Sie leiten anschließend Hypothesen ab und prüfen die postulierten Zusammenhänge anhand empirischer Daten, welche durch eine Konsumentenbefragung erhoben werden. Danach diskutieren Sie Ihre Ergebnisse, leiten Implikationen für Forschung und Praxis ab und formulieren Limitationen sowie Richtungen für zukünftige Forschung.

Kompetenzgewinn

- Erlernen der Durchführung empirischer Studien: Konzeptionierung, theoretische Fundierung, Hypothesenableitung, methodische Vorgehensweise, Datenauswertung und Diskussion
- Erlernen von Literaturanalysen und Schärfen englischer Sprachkenntnisse durch Textanalysen von Beiträgen aus Top-Journals
- Führung, Zusammenarbeit und Abstimmung in kleinen Teams
- Gestaltung und Präsentation von Vorträgen

Voraussetzungen

- Idealtypisch haben Sie erste Vorkenntnisse aus der Vorlesung „Handelsmanagement und Internationales Marketing“ sowie „Käuferverhalten und Marktforschung“
- Interesse am empirischen Arbeiten
- Gute Kenntnisse der englischen Sprache
- Engagement, Motivation und Einsatzbereitschaft

Einstiegsliteratur

- Blut, Markus; Chodhury, Nivriti; Mittal; Vikas; Brock, Christian (2015): E-Service Quality: A Meta-Analytic Review, *Journal of Retailing*, 91(4), 679-700.



- Herhausen, Dennis; Kleinlercher, Kristina; Verhoef, Peter C.; Emrich, Oliver; Rudolph, Thomas (2019): Loyalty Formation for Different Customer Journey Segments, *Journal of Retailing*, in press.
- Xiao, Lin; Zhang, Yucheng; Fu, Bin (2019): Exploring the Moderators and Causal Process of Trust Transfer in Online-to-offline Commerce, *Journal of Business Research*, 98 (May), 214-226.

Nach erfolgter Zuteilung zum Studienprojekt kann die Literatur als PDF aus dem geschützten Downloadbereich der Homepage der Professur für Marketing und Handel (<http://muh.uni-trier.de>) heruntergeladen werden. Das Passwort und der Benutzername sind unter Verwendung ihrer universitären E-Mail-Adresse bei Frau Fassbender (u.fassbender@uni-trier.de) anzufordern. Die Kenntnis dieser zu lesenden Pflichtliteratur wird in einem kurzen Test während des ersten Termins überprüft, um sicherzustellen, dass alle Teilnehmer einen vergleichbaren Wissensstand haben.

Organisation

- Das erste Treffen des Studienprojekts findet am 30.10.2019 statt. Hier wird die Kenntnis der Pflichtliteratur geprüft (das Bestehen dieses Test ist für die weitere Teilnahme erforderlich), es erfolgt ein inhaltlicher Vortrag im Plenum und weitere Termine für die Plenumsitzungen sowie für die Betreuungszeiten werden bekannt gegeben.