

Macht Dialogmarketing Unternehmen agiler?	1
Frank Hannich, Reto Heierli und Michèle Rettenmund	
Die Analyse der Online Customer Journey mittels Process	
Mining – Methodologische Ansätze und empirische Implikationen	19
Benedikt Lindenbeck	
Customer Journey Mining – Erweiterung des	
Customer-Journey-Ansatzes mit Process Mining	51
Timo Gutmann, Rebecca Bulander und Bernhard Kölmel	
Metaverse	69
Ralf T. Kreutzer und Sonja Klose	
Kundenerwartungen und Retourenverhalten beim Online-Shopping ..	101
Andreas Mann und Ann-Catrin Pristl	
Kundendaten im E-Commerce – Optimierungspotenzial im	
Checkout-Prozess des deutschen Online-Handels	125
Simone Braun und David Hennig	
Ein Rahmenmodell zur Anwendung psychologischer Erkenntnisse	
in Anwendungsfeldern des Dialogmarketings	157
Robert K. Bidmon	
Voice User Experience	179
Annebeth Demaeght, Josef Nerb und Andrea Müller	

Online User Reviews and Goal-Directed Consumer Behavior: A Qualitative Study	195
Matthias B. Schulten	
Bezahlen für mehr Privatsphäre: Verbreitung und Ausgestaltung des Pur-Modells bei deutschen Medien	211
Timo Müller-Tribbensee	
Alfred Gerardi Gedächtnispreis 2022	229