

Graham Jones

# Klickologie

Die Psychologie des Onlineshoppings

*Übersetzung aus dem amerikanischen Englisch  
von Bärbel Knill*

**REDLINE** | VERLAG

# Inhalt

<b>Einleitung</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Warum kaufen Menschen?</b> .....	<b>15</b>
<b>2. Warum kaufen Menschen online?</b> .....	<b>27</b>
<b>3. Wie kaufen Menschen online?</b> .....	<b>47</b>
<b>4. Der Preis entscheidet</b> .....	<b>85</b>
<b>5. Zurückgelassene Warenkörbe.</b> .....	<b>115</b>
<b>6. Glückliche Kunden kommen wieder</b> .....	<b>131</b>
<b>7. Gefällt es meinen Freunden?</b> .....	<b>149</b>
<b>8. Ist der Händler vertrauenswürdig?</b> .....	<b>165</b>
<b>9. Die Nachteile vermeiden</b> .....	<b>173</b>
<b>10. Der perfekte Onlineshop</b> .....	<b>185</b>
<b>11. Die Zukunft des Onlineshoppings.</b> .....	<b>209</b>
<b>12. CLICK.OLOGIE</b> .....	<b>231</b>
<b>Danksagung</b> .....	<b>237</b>

<b>CLICK.OLGY.BIZ .....</b>	<b>239</b>
<b>Über den Autor .....</b>	<b>241</b>
<b>Anmerkungen .....</b>	<b>243</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>247</b>