

(Free read ebook) Mobile Marketing: Erreichen Sie Ihre Zielgruppen (fast) überall (Bizztec)

Mobile Marketing: Erreichen Sie Ihre Zielgruppen (fast) überall (Bizztec)

Von Cindy Krum

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #431506 in Bucher Veröffentlicht am: 2011-10-01 Abmessungen: 8.50 x .98b x 5.55l, Einband: Broschiert 384 Seiten | File size: 57.Mb

Von Cindy Krum : Mobile Marketing: Erreichen Sie Ihre Zielgruppen (fast) überall (Bizztec) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Mobile Marketing: Erreichen Sie Ihre

Zielgruppen (fast) berall (Bizztec):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Grundlagen schaffendes Einfhrungswerk zu Mobile Marketing
Von W. Bnisch
Das vermehrte Angebot von Mobile Flatrates, Social Media und die Fokussierung auf Smartphones fhren dazu, da Mobile Marketing fr Marketer, vor allem im Online-Bereich, zunehmend ein wichtiges Thema wird. Da Mobile Marketing also von einem Randnischenthema zu einem grundlegenden wird, bentigen Marketer, die sich bisher kaum mit dem Thema beschftigt haben, ein Einfhrungswerk, das vor allem die Grundlagen fr Mobile Marketing schafft. Dies verspricht das Buch 'Mobile Marketing. Erreichen Sie Ihre Zielgruppe (fast) berall' von Cindy Krum. Der Aufbau des Buches ist sehr durchdacht und logisch angeordnet. Man merkt den Ausfhrungen der Autorin an, da sie sich sehr gut mit dem Thema auskennt. Grundlegendes ber Mobile Marketing erklrt sie den Lesern und verzichtet dankenswerterweise auf schnelle Thesen. Vor allem SMS-, MMS-, Apps-Kampagnen und mobile Webseiten werden im Buch ausfhrlich behandelt. Leider wird das Thema Social Media nur am Rande gestreift, was hinsichtlich der Bedeutung Sozialer Netzwerke wie Facebook oder Foursquare als Social Location Network heutzutage schon fast eine strfliche Vernachlssigung ist. In einer weiteren Auflage wre eine Aufarbeitung dieses Themas dringend erforderlich! Positiv hervorzuheben ist, da Cindy Krum mit ihren Hinweisen auf die Technologiegeschichte und -entwicklung aufzeigt, wie stark Mobile Marketing sich auch heute noch vom traditionellen Online-Marketing unterscheidet. Jedoch wird diese Kluft aufgrund der Technologieweiterentwicklung der Gerte und Netzwerke zunehmend geschlossen. Dieses Technikverstndnis, da sie beim Leser weckt, ist fr den Erfolg im Mobile Marketing wichtig! Darberhinaus verweist Klum auf die notwendige Bedeutung von Zielgruppenkenntnissen und dem Vertrauensverhltnis zwischen Marketer und Kunden (s. Datenschutzkapitel). Sie warnt vor 'Brechtstangen-Methoden', ein angenehme Auffassung von Marketing!
Ausfhrliche Tabellen, Diagramme, Fallstudien an passender Textstelle und Listen wichtiger Informationsquellen zu Mobile Marketing lockern den Text auf und unterstreichen hervorragend ihre Aussagen. Eine Auflistung aller wichtiger Txtspk-Abkzungen sowie von Anbietern, Produkten und Diensten zu Mobile Marketing und ein Glossar am Ende des Buches sind sinnvolle Hilfsmittel fr den Leser und unterstreichen den Grundlagencharakter der Publikation.
Fazit: Trotz des Fehlens ausfhrlicherer Passagen zur Bedeutung von Social Media fr Mobile Marketing (z. B. Social Location Marketing) schafft das Buch die notwendigen Grundlagen zu Mobile Marketing. Ich empfehle es daher allen Marketern und Interessierten zum Einstieg.
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guter berblick ber Grundlagen und Mglichkeiten zum Themenbereich Mobile Marketing
Von Stephan Rbbeln
Es ist kein Geheimnis, dass sich die Nutzung von mobilen Gerten und auch von mobilen internetfhigen Gerten von Jahr zu Jahr steigert. Damit verbunden ist aber auch, dass sich Unternehmen in Ihren Marketing-Manahmen immer mehr auf den mobilen Bereich fokussieren sollten bzw. das Mobile-Marketing zu einem festen Bestandteil im Marketing-Mix des Unternehmens wird. Das diese Entwicklung nicht nur ein Trend ist und diese auch alle Bereiche der Gesellschaft betreffen, zeigen verschiedene Statistiken der Bitkom. So belegen Studien, dass Senioren (Brger ab 65 Jahren) einen Mobiltelefon-Anteil von 72% erreicht haben. Dabei ist die Zahl der Bundesbrger die ein Mobiltelefon besitzen auf 61 Millionen gestiegen, welches 87% aller Bundesbrger entspricht. 29 Millionen der Brger nutzen mindestens 2 Mobiltelefone. In den letzten Jahren steigt kontinuierlich der Absatz von Smartphones. 43% aller verkauften Mobiltelefone sind Smartphones. Trotz eines stetig steigendem Absatz von Smartphones erreichen gerade die Deutschen jedes Jahr aufs Neue einen Rekord im SMS verschicken. In Deutschland werden pro Minute 80.000 SMS verschickt. Auf das Jahr 2011 gerechnet ergibt das eine Summe von 46 Milliarden SMS. Die Zahlen und Fakten sprechen eindeutig dafr den Bereich Mobile Marketing nher zu betrachten und Ihn in seinen Marketing-Mix mit aufzunehmen. Passend zu diesem Thema ist im Addison-Wesley Verlag das Buch Mobile Marketing erschienen. Die Autorin Cindy Krum (@Suzzicks) ist CEO und Grnderin des Unternehmens Mobile Moxie. Das Buch soll ein umfassender Leitfaden fr alle sein, die Mobile Marketing in Ihre Online- und Offline-Marketingkampagnen integrieren wollen. Der Inhalt von Mobile Marketing beschftigt sich nicht nur mit den Marketingmanahmen und -mglichkeiten sondern beleuchtet auch die technologischen Hintergrnde.
Inhalt
Nach einer Einfhrung zu dem Themenbereich Mobile Marketing, welcher mit verschiedenen Praxisbeispielen angereichert ist, geht es erstmal technisch weiter. Es wird die geschichtliche Entwicklung verschiedener Technologien (1G ' 4G, WLAN, Bluetooth, VoIP, usw.) und deren Schwchen und Strken aufgezeigt. Um mgliche Kampagnen / Manahmen spter auswerten zu knnen, ist es wichtig zu wissen welche Dienste / Tools fr das Tracking der Kampagnen zur Verfugung stehen. Cindy geht in dem dritten Kapitel nicht nur auf das mobile Targeting (Erkennen von mobilen Zielgruppen) ein, sondern beantwortet auch die Frage nach den Trackingmglichkeiten. Dazu stellt Sie verschiedene Dienste und Tools vor. Aufgrund der starken Verbreitung des iPhones bekommt dieses ein einzelnes Kapitel, in dem Tipps fr iPhone-spezifisches Marketing gegeben wird aber auch die Grenzen aufgezeigt werden. Die Kapitel 5 ' 7 behandeln die unterschiedlichen Mglichkeiten des Marketings. Was muss man ber Mobile Advertising wissen? Wie funktionieren mobile Coupons und wie setze ich diese intelligent ein. Wozu eignen sich Mobile Microsites, Mobile Webverzeichnisse usw.? Diese und viele weitere Fragen werden in den Kapiteln 5 ' 7 beantwortet.
Sptestens seit dem App Store von Apple sind Apps, also Anwendungen fr Gerte nicht mehr wegzudenken. Welche Anwendungen sich fr

welche Marketingmaßnahmen eignen wird im Kapitel 8 erklärt. Das 9. Kapitel ist dann wieder technischer, da sich in diesem Kapitel alles um die Entwicklung von mobilen Websites dreht. Hier geht die Autorin auf die wichtigsten Grundlagen für die mobile Entwicklung ein. Damit der mobile Auftritt auch erfolgreich gefunden wird, behandelt das folgende Kapitel den Bereich der Suchmaschinenoptimierung für mobile Geräte. Das alles macht natürlich nur Sinn wenn ich es schaffen das Mobile Marketing erfolgreich in meine On- und Offline-Marketingmaßnahmen zu integrieren. Zu der Frage der Integration werden im 11. Kapitel Tipps und Vorgehensweisen aufgezeigt. Alles was mit Mobile Payment und Mobile Banking zu tun hat, wird in dem Kapitel Mobile E-Commerce erläutert. Zum Ende des Buches werden auch noch die Themen Sicherheit, Mobile Marketing im internationalen Vergleich und ein Blick in die Zukunft von mobilen Geräten behandelt. Fazit Das Thema Mobile Marketing wird in der Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen. Der rasante Wachstum von mobilen Geräten (Laptops, Smartphones, Mobiltelefone, Pads) wird dafür sorgen, dass ganz unterschiedliche Marketingmaßnahmen entwickelt werden müssen um seine Zielgruppe zu erreichen. Wer also Lust darauf hat sich auch mal etwas technischer in den Bereich Mobile Marketing einzulesen, der kann bei dem Buch ruhig zuschlagen. Positiv ist auch noch zu erwähnen, dass fast jedes Kapitel mit Fallstudien angereichert ist so das man auch gleich eine Idee dafür bekommt wie man bestimmte Technologien / Maßnahmen einsetzen könnte. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Grundlagenbuch für Einsteiger Von Lubinski Das Buch vermittelt umfassendes Wissen rund um das Thema Mobile Marketing an und hat mir gut gefallen. Zu Beginn des Buches werden allgemeine Informationen und Besonderheiten der Telekommunikationsbranche erläutert. Weitere Kapitel werden konkreter und gehen detailliert viele Spezialbereiche wie Mobile Apps, Suchmaschinenoptimierung, Mobile Couponing, etc. an. Der Aufbau des Buches ermöglicht einen leichten Einstieg in die einzelnen Themenbereiche. Das Buch ist insbesondere für Einsteiger empfehlenswert.

Produktbeschreibung In diesem Buch lernen Sie, wie Sie mittels neuester Strategien Mobile Marketing-Kampagnen entwickeln, die nicht nur effizienter sind, sondern auch unmittelbar auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten, denn diese ist über ihr Smartphone permanent erreichbar. Als Expertin auf diesem Gebiet zeigt Ihnen Cindy Krum welche Konzepte funktionieren - und welche nicht. Das Buch zeigt Ihnen wie Sie Ihr Marketing-Spektrum erweitern, indem es eine Anleitung bietet für den leichten Einstieg in die Thematik. Außerdem lernen Sie die Landschaft des Mobile Marketings kennen und verstehen, erfahren, wie Sie wirkungsvolle Apps und mobile Websites gestalten und wie Sie diese durch gezielte Suchmaschinenoptimierung leichter auffindbar machen. Bringen Sie Ihre Marken, Verkaufszahlen und Gewinne in Schwung mit Mobile Marketing! Mit brandneuen Techniken können Sie Kampagnen entwickeln, die persönlicher, zielorientierter, unmittelbarer, besser messbar und einfacher umsetzbar sind - und dabei auch Spaß machen! Eine der führenden Wegbereiterinnen, Cindy Krum, erklärt Ihnen, was wirklich funktioniert - und was nicht. Sie führt Sie ein in die Festlegung der richtigen Strategien und Taktiken für Ihre Produkte, Dienstleistungen, Marken und Kunden. Sie lernen, wie Sie Mobile Marketing in Ihren bisherigen Marketingmix integrieren und wie Sie Ihre Chancen wirkungsvoll nutzen - und dadurch mehr Markenbekanntheit, eine stärkere Kundenbindung, höhere Verkaufszahlen und größere Gewinne erzielen. Aus dem Inhalt: Schneller Einstieg in Mobile Marketing Targeting und Tracking der mobilen Zielgruppen Die iPhone-Plattform optimal nutzen Mobile Advertising, Mobile Promotion und locationbased Marketing wirksam einsetzen Microsites und Apps für mobile Geräte entwickeln SEO für mobile Websites und Apps Erfolgreiche Mobile Affiliate Marketing-Programme entwickeln Online- und Offline-Mobile Marketing integrieren Spam, Viren und Eingriffe in die Privatsphäre vermeiden

Kurzbeschreibung In diesem Buch lernen Sie, wie Sie mittels neuester Strategien Mobile Marketing-Kampagnen entwickeln, die nicht nur effizienter sind, sondern auch unmittelbar auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten, denn diese ist über ihr Smartphone permanent erreichbar. Als Expertin auf diesem Gebiet zeigt Ihnen Cindy Krum welche Konzepte funktionieren und welche nicht. Das Buch zeigt Ihnen wie Sie Ihr Marketing-Spektrum erweitern, indem es eine Anleitung bietet für den leichten Einstieg in die Thematik. Außerdem lernen Sie die Landschaft des Mobile Marketings kennen und verstehen, erfahren, wie Sie wirkungsvolle Apps und mobile Websites gestalten und wie Sie diese durch gezielte Suchmaschinenoptimierung leichter auffindbar machen. Bringen Sie Ihre Marken, Verkaufszahlen und Gewinne in Schwung mit Mobile Marketing! Mit brandneuen Techniken können Sie Kampagnen entwickeln, die persönlicher, zielorientierter, unmittelbarer, besser messbar und einfacher umsetzbar sind - und dabei auch Spaß machen! Eine der führenden Wegbereiterinnen, Cindy Krum, erklärt Ihnen, was wirklich funktioniert - und was nicht. Sie führt Sie ein in die Festlegung der richtigen Strategien und Taktiken für Ihre Produkte, Dienstleistungen, Marken und Kunden. Sie lernen, wie Sie Mobile Marketing in Ihren bisherigen Marketingmix integrieren und wie Sie Ihre Chancen wirkungsvoll nutzen - und dadurch mehr Markenbekanntheit, eine stärkere Kundenbindung, höhere Verkaufszahlen und größere Gewinne erzielen. Aus dem Inhalt: Schneller Einstieg in Mobile Marketing Targeting und Tracking der mobilen Zielgruppen Die iPhone-Plattform optimal nutzen Mobile Advertising, Mobile Promotion und locationbased Marketing wirksam einsetzen Microsites und Apps für mobile Geräte entwickeln SEO für mobile Websites und Apps Erfolgreiche Mobile Affiliate Marketing-Programme entwickeln Online- und Offline-Mobile Marketing integrieren Spam, Viren und Eingriffe in die Privatsphäre vermeiden Cindy Krum ist CEO und Gründerin des Unternehmens Mobile Moxie. Sie hlt

Vorträge über Mobile Webmarketing, Social Network-Marketing und SEO. Darüber hinaus schreibt sie Fachpublikationen. Der Übersetzer Stefan Fröhlich ist freier Übersetzer für IT-Fachliteratur und Software-Entwickler. Der Autor und weitere Mitwirkende Cindy Krum ist CEO und Gründerin des Unternehmens Mobile Moxie. Sie hält Vorträge über Mobile Webmarketing, Social Network-Marketing und SEO. Darüber hinaus schreibt sie Fachpublikationen. Der Übersetzer Stefan Fröhlich ist freier Übersetzer für IT-Fachliteratur und Software-Entwickler.