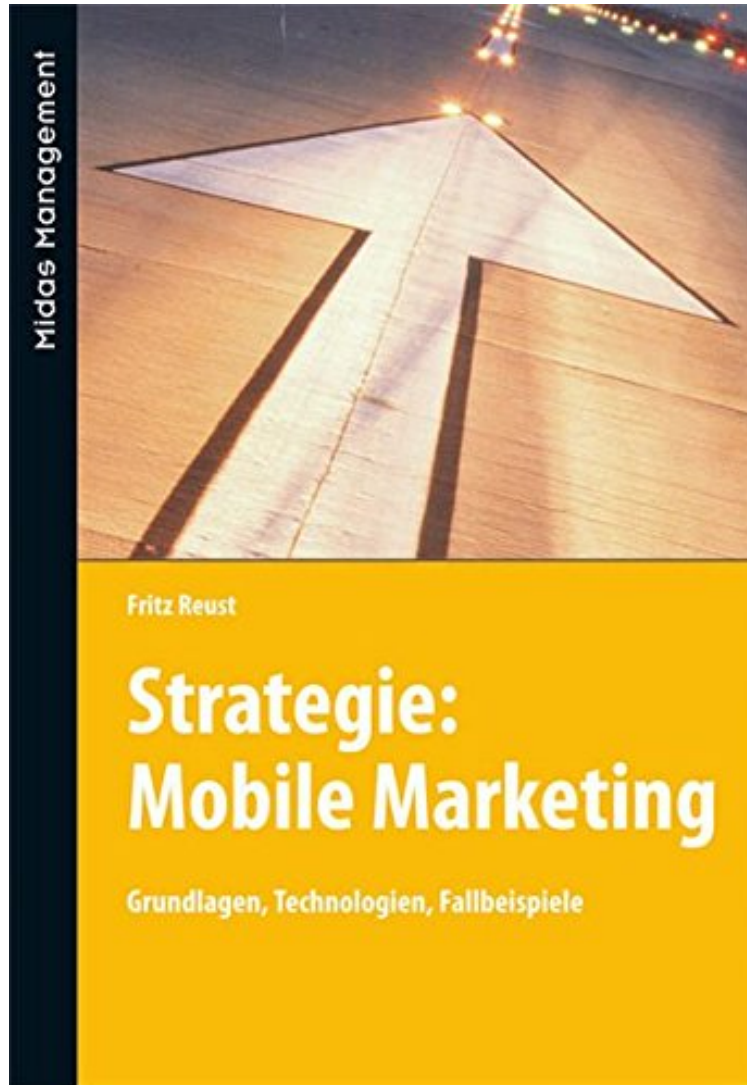


[PDF] Mobile Marketing: Grundlagen, Technologien, Fallbeispiele

Mobile Marketing: Grundlagen, Technologien, Fallbeispiele

Von Fritz Reust

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #974642 in BcherVerffentlicht am: 2010-05-10Anzahl der Produkte: 1Abmessungen: 9.80 x .79b x 6.97l, Einband: Gebundene Ausgabe224 Seiten | File size: 35.Mb

Von Fritz Reust : Mobile Marketing: Grundlagen, Technologien, Fallbeispiele before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Mobile Marketing: Grundlagen, Technologien, Fallbeispiele:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Vollkommen veraltetVon Wolf WolfenheimMobile Marketing ist eine extrem schnellbige Materie. Wer hier ein Buch herausgeben will, mu sich und sein Buch aktuell halten. Oder die Karawane ist bereits weitergezogen. Leider hat der Autor dieses Buches das nicht beherzigt.Jetzt haben wir bald das Jahr 2015. Dieses Buch wurde im Jahr 2010

herausgegeben. Und es enthält Zahlenmaterial tw. aus dem Jahr 2006. Was soll man damit noch anfangen? In dem Buch hat z.B. Facebook noch 300 Mio. Nutzer. Haha! Und Twitter 1,8 Mio Nutzer. Na sehr fein. Noch veralteter geht's kaum. Erschwerend hinzu kommt, dass das Buch sehr stark auf solche Zahlen setzt. Statistiken, Marktanteile, Prognosen... ansich eine super Fundgrube, aber allesamt 2010 aktuell oder auch da schon veraltet. Fr Leute, die sich Ende 2014 Informationen suchen fr ihre Marktforschung absolut unbrauchbar. Nochmals erschwerend hinzu kommt, dass auch die beschriebenen Technologien nicht mehr aktuell sind. SMS/MMS-Advertising? Wer macht denn sowas noch? Und das iPad wird in dem Buch noch als der groe Gamechanger fr Mobile Marketing behandelt. Heute ist das iPad Schnee von gestern, wir reden ber Wearables. Tja, 5 Jahre sind bei mobilen Technologien schon fast ein Zeitalter. Dem sollte man als Buchautor Rechnung tragen. Ich gebe dem Buch 2 Sterne, weil man schon eine gewisse Menge an ntzlicher Information daraus extrahieren kann. Diese ist aber in soviel veraltetem Zeugs eingebettet, dass eigentlich keinen Spa macht, das Buch zu lesen. Ich finde, es darf in der Form gar nicht mehr verkauft werden und sollte entweder aktualisiert oder vom Markt genommen werden. Und ich trage mich ernsthaft mit dem Gedanken, es zurckzuschicken. 39 Euronen fr veraltete Infos ist mir dann doch etwas zu heftig. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute Aufarbeitung eines komplexen Themas Von WEBGALAXIE-Thomas Krger Das Buch ist zwar mittlerweile nicht mehr ganz auf dem aktuellen Stand, beleuchtet aber dennoch eine Menge von Themen aus verschiedenen Gesichtspunkten und das in einer verstndlichen Form.

Pressestimmen Mobile Marketing wird ebenso zu einem festen Bestandteil der Marketingkommunikation, wie es das Internet innerhalb weniger Jahre wurde. (mobileprofile) Kurzbeschreibung Mobile Gerte sind und sind aus dem Kommunikationsalltag nicht mehr wegzudenken. Bereits jetzt konsumieren wir Informationen in jeder Form, berall und jederzeit: Facebook und Twitter, Musik, Videos, TV, Radio, Games usw. Dieses Buch richtet sich Werbetreibende auf Agentur- und Kundenseite, die ihre Botschaften dem neuen Kommunikationsverhalten anpassen mchten. Als Mobilkenner und Kommunikationsfachmann der ersten Stunde behandelt Fritz Reust sowohl die technischen als auch die werblichen Aspekte des Themas und zeigt die Mglichkeiten von heute und morgen. Dabei wird klar, dass Mobile Marketing anderen Gesetzmssigkeiten unterliegt und keinesfalls mit Internetmarketing gleichgesetzt werden kann. ber den Autor und weitere Mitwirkende Fritz Reust ist Kommunikationsberater und Inhaber einer Firma, die sich auf Mobile Advertising spezialisiert hat. Er verfgt ber 40 Jahre Berufserfahrung und referiert u.a. zum Thema Below-the-Line an der ADC-BSW-Kreativschule. Mit dem Thema Mobile Marketing und der entsprechenden Marketingkommunikation beschftigt er sich schon seit rund 20 Jahren.