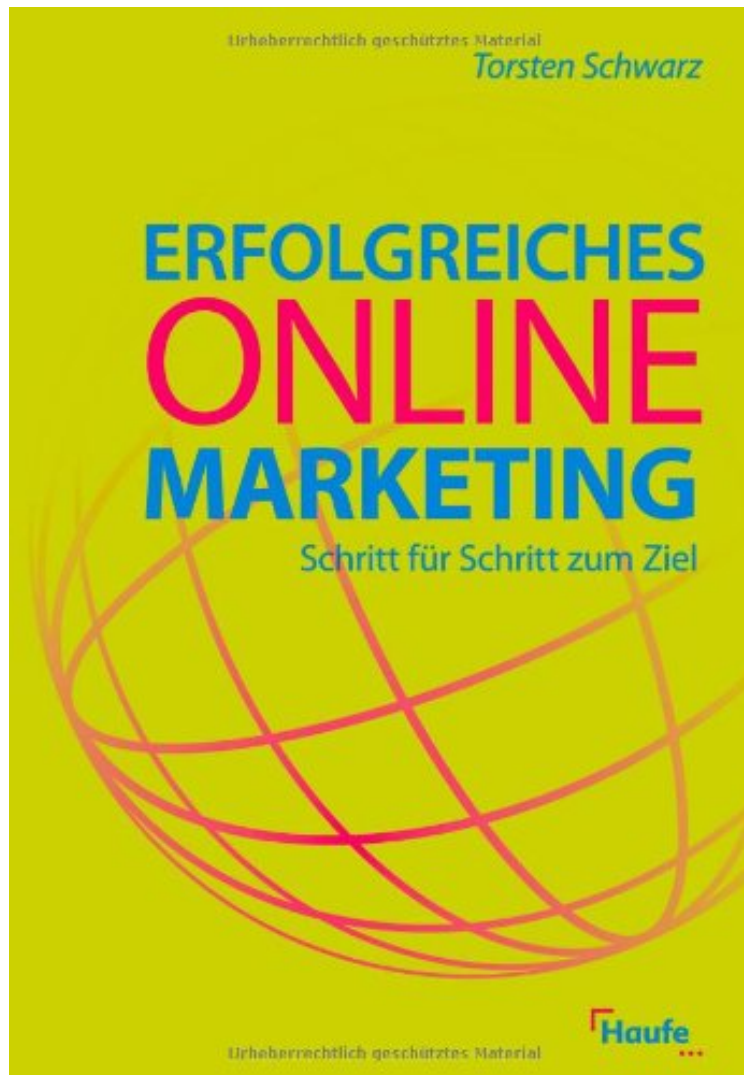


[Download pdf ebook] Erfolgreiches Online-Marketing: Schritt für Schritt zum Ziel

Erfolgreiches Online-Marketing: Schritt für Schritt zum Ziel

Von Torsten Schwarz

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #1397535 in BcherVerffentlicht am: 2008-10-08Abmessungen: 9.02 x .98b x 6.34l, Einband: Broschiert244 Seiten | File size: 39.Mb

Von Torsten Schwarz : Erfolgreiches Online-Marketing: Schritt für Schritt zum Ziel before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Erfolgreiches Online-Marketing: Schritt für Schritt zum Ziel:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen6 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Viele Tipps, viele Links, viel NutzenVon Alexander JrriesProximity Marketing, CMS, Blog, Social Commerce, RSS-Feed oder Keyword-Advertising? Was brauche ich für mein Produkt, mein Unternehmen, meine Marke? Der Online-Experte Torsten Schwarz wei Rat und beleuchtet all die Möglichkeiten, die das Web und speziell das Web 2.0 bietet, um zu verkaufen, zu werben, zu informieren und sich bekannt zu machen. Das Buch ist gut gegliedert und fhrt mit vielen

konkreten Bildbeispielen anschaulich durch den Dschungel des Online-Marketing. So sieht man gleich, wovon im Text die Rede ist. Online werden auf einer buchbegleitenden Website zudem Werkzeuge, Hyperlinks und Beispiele als PDF zum kostenfreien Download angeboten. Eine sehr gute Idee ist auch das strukturierte Vorgehen bei der Auswahl der möglichen Maßnahmen: so kann jeder vorab je nach Unternehmensgröße, aktuellem Ziel und verfügbarem Etat in einer tabellarischen Übersicht erkennen, welche Aktionen und Mittel erforderlich sind und welche eine sinnvolle Ergänzung darstellen. Das hilft sich schnell zu orientieren und nicht zielführende, aber kosten- und zeitraubende Maßnahmen zu vermeiden. Das Buch liest sich angenehm und hat zahlreiche gute Tipps und Links parat. So macht es Spaß, sich das Thema Online-Marketing zu erschließen oder zu vertiefen. Für mich klare fünf Sterne. 7 von 7 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr guter Einstieg in das Thema mit einer großen Spannweite. Von Michael S. Das Buch gibt einen super guten Einstieg in die große Themenwelt des Online-Marketing. Es eignet sich auch für "alte Hasen", da der Autor bei vielen Themen neue Ideen einbringt und mit zahlreichen Beispielen und Weblinks sehr unterhaltsam gestaltet. Ich lese gerne in diesem Buch quer, greife mir einzelne Kapitel raus und surfe dann nebenher die Beispiele und Weblinks ab. Dadurch ist es bei diesem Buch ein wirklich gutes Leseerlebnis. Der Preis ist für mich auch OK, da es sich bei diesem Fachbuch wirklich um ein Buch handelt, das man immer mal wieder aus dem Regal holen und einzelne Kapitel nachlesen kann. Fazit: Lohnt sich sehr. 2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sympathisches, ideenreiches Buch. Von Rolf Dobelli. Längst ist das Internet keine fremde, geheimnisvolle Welt mehr. Wie selbstverständlich suchen wir Informationen jeglicher Art zuerst im World Wide Web 'dort, wo wir sie am schnellsten zu finden glauben. Unternehmen können auf die Präsenz im Netz deshalb nicht mehr verzichten. Wenn es online nicht gibt, den gibt es gar nicht. Eine Website ist aber erst der Anfang, sagt Torsten Schwarz: Sie kann ohne beraubenden Aufwand zum Shop ausgebaut und dazu genutzt werden, das Unternehmen, seine Produkte und seine Dienstleistungen bekannter zu machen, Handel zu treiben und Kunden an sich zu binden. Schwarz, ein Internetwerber der ersten Stunde, hat dazu jede Menge Ideen gesammelt, und doch verzichtet er auf beraubend technisches Insider-Getöse. Das macht sein Buch sympathisch und zeigt zugleich, wie allgemein verständlich die Anstöße des Online-Marketings längst sind. getAbstract empfiehlt den Leitfaden insbesondere KMU-Managern, die sich selbst ums Marketing kümmern müssen.

Kurzbeschreibung Dieses Buch verrät, worauf es im Online-Marketing wirklich ankommt, was für Maßnahmen für welches Ziel geeignet sind und welches Budget Sie dabei benötigen. Hier ist für Jeden die passende Lösung dabei. Schnell und pragmatisch umsetzbar. Alles über die richtige Umsetzung von Online-Marketing-Maßnahmen. INHALTE - Konkrete Entscheidungshilfen: Welche Maßnahmen und Werkzeuge in Ihrem Fall sinnvoll sind - Welches Budget eingesetzt werden muss - Wie Sie Aufwand und Nutzen von Online-Marketing überprüfen. - Wie Sie mit einer Online-Agentur zusammenarbeiten. - Welche rechtlichen Rahmenbedingungen und welche Sicherheitsaspekte Sie beachten sollten. - Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Best-Practice-Beispiele. über den Autor und weitere Mitwirkende Dr. Torsten Schwarz ist Fachautor, Seminartrainer, Berater und Experte zum Thema Online Marketing. Er entwickelt für Unternehmen Strategien der Integration von Online-Marketing in den klassischen Marketing-Mix. Leseprobe. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten. 1.1 WELCHES ZIEL HABEN SIE? Wer als Unternehmen das Internet nutzt, kann damit viele Ziele erreichen. Wer 1994 eine Webseite ins Netz stellte, wurde in eine Liste aufgenommen und bekam automatisch Tausende neuer Kontakte und damit Kunden. Aber schon wenige Jahre später musste man hart dafür arbeiten, um dieses Ziel zu erreichen. Heute gibt es - neben dem Bekanntwerden - eine ganze Reihe weiterer Ziele, die man mit Online-Marketing erreichen kann, und das zum Teil sehr viel effizienter als mit klassischen Medien. Die Kosten sind nämlich oft deutlich niedriger, wenn Prozesse über das Internet abgewickelt werden. Um effizient zu arbeiten, sollte man die Prozesse allerdings klar auf das Ziel hin ausrichten. Der römische Philosoph Seneca stellte schon vor zweitausend Jahren fest: Ignoranti quem portum petat nullus suus ventus est" - Wenn man nicht weiß, welchen Hafen man ansteuert, ist kein Wind günstig. Wer also kein klares Ziel hat, kann auch die Winde der Online-Marketing-Instrumente nicht optimal nutzen. Folgende Ziele sind die meistgenannten, wenn es um Online-Marketing geht: - Die Bekanntheit des Unternehmens steigern, - ein positives Image aufbauen, - Prozesse effizienter abwickeln, - Kundenbindung verbessern, - neue Zielgruppen ansprechen, - Produkte online verkaufen, - Dienstleistungen online verkaufen, - ein Produkt bekannter machen, - eine Marke etablieren. Viele dieser Ziele sind miteinander verzahnt und bedingen sich gegenseitig. Wer mehr verkaufen will, muss natürlich an seiner Bekanntheit arbeiten. Wer seine Online-Ziele gut erreicht, baut automatisch auch ein positives Image auf. Trotzdem gibt es eine Reihe von Besonderheiten, auf die in den folgenden Kapiteln eingegangen wird.