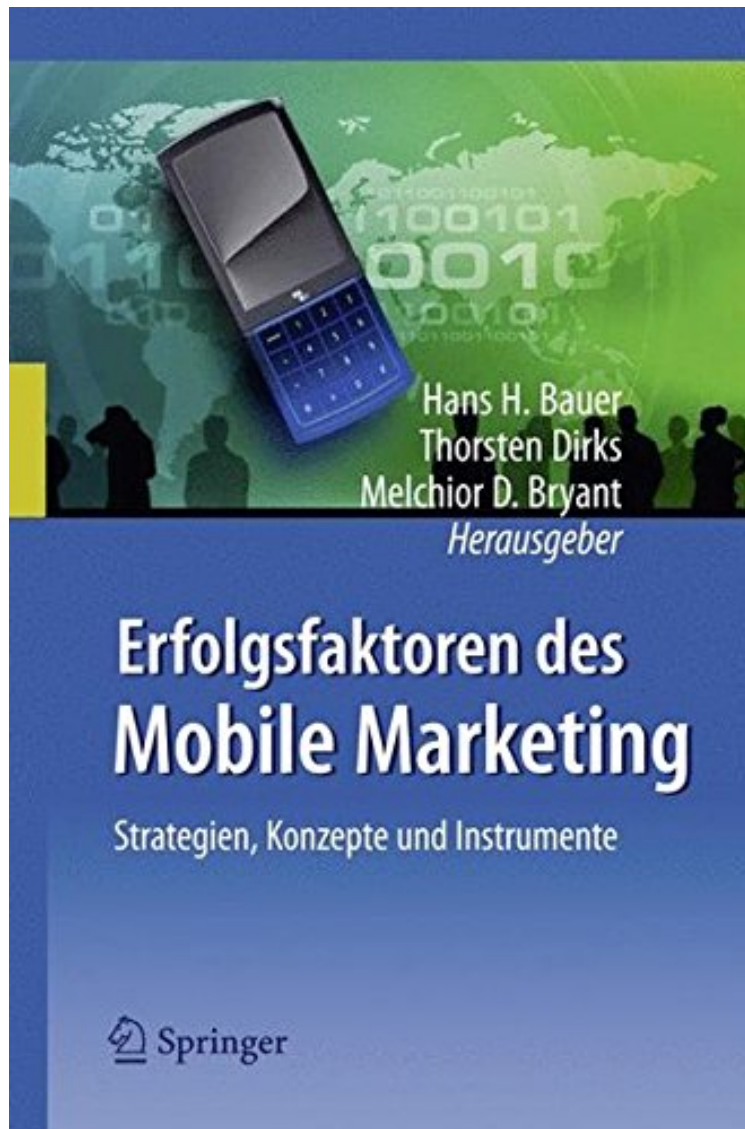


[Download ebook] Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing

## Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing

Von Springer

audiobook / \*ebooks / Download PDF / ePub / DOC



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #960247 in BcherVerffentlicht am: 2008-09-09Anzahl der Produkte: 1Abmessungen: 9.21 x .81b x 6.14l, 1.44 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe331 Seiten | File size: 20.Mb

**Von Springer : Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen8 von 8 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Hochrelevantes PraxiswekVon Maik BernhardtDer Sammelband "Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing" beschreibt auf ber 300 Seiten alle fr den Mobile Marketing-Praktiker wichtigen Aspekte.Das Buch gliedert sich in drei Abschnitte. Im ersten Abschnitt (Grundlagen) werden aktuelle Business-Trends des Mobile Marketing sowie informationstechnische Grundlagen zur operativen Umsetzung angesprochen. Im zweiten Abschnitt

(Managementkonzepte) sind schon verständlich u.a. Kundenbindungsansätze, Konzepte für erfolgreiche mobile Werbekampagnen und Ansätze zur Integration des Handy als Multi-Channel-Vertriebskanal beschrieben. Der dritte Abschnitt (Instrumente) geht auf mobile Dienste für die Automobilindustrie, Location Based Services, Mobile Web 2.0-Anwendungen, mobile Kundenkarten, mobiles Viral Marketing und Near Field Communication ein. Der Schwerpunkt der Beiträge richtet sich auf die Vermittlung innovativer Ansätze des Mobile Marketing, die seit der Einführung von iPhone Co. nicht mehr länger Zukunftsfantasien sind, sondern Pflicht für das operative (mobile) Tagesgeschäft sind. In den Ausführungen achten die Herausgeber vor allem auf einen klaren und präzisen Schreibstil, der eine "gute Lesbarkeit" sichert. Trotz des hohen Praxiswertes des Buches zeichnen sich die einzelnen Beiträge ebenfalls durch eine hohe theoretische Fundierung aus. Das grenzt das Buch ganz klar von anderen ab, die weder in dieser Breite noch Tiefe vorgehen. Fazit: Für alle empfehlenswert, die im Mobile Marketing-Bereich arbeiten und ein hochaktuelles Nachschlagewerk suchen. 6 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Tolles Werk!!! Es bietet dem Leser einen vertieften Einblick in das Mobile Marketing. Von Helmut W. Schröder Es werden sowohl dem Mobile Marketing zugrundeliegende Konzepte erläutert, als auch konkrete Instrumente für die operative Umsetzung. Darunter finden sich Ansätze für mobile Werbekampagnen, Controllingansätze sowie Kundenbindungsansätze. Das Buch enthält zahlreiche Beispiele und handfeste Empfehlungen für die Praxis. Ich finde, sehr empfehlenswert für alle Marketingwissenschaftler und -praktiker! 4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Prädikat: Kaufen!!! Von C. Hnel Ein sehr umfangreiches und durch Forschungsergebnisse bestens fundiertes Werk über das Mobile Marketing mit hoher Praxisrelevanz, da viele Umsetzungsbeispiele und konkrete Beschreibungen vorhanden sind. Es wird sowohl eine hilfreiche Einführung in die Grundlagen des Mobile Marketing gegeben als auch eine umfassende Darstellung des spezifischen Einsatzes von spezifischen Instrumenten des Mobile Marketing. Kenne schon viele Bücher dieser Art, aber dieses hier endlich ein verständliches Buch für alle, die sich näher mit dem Thema befassen wollen.

Pressestimmen Aus den Rezensionen: "... Bauer, Dirks und Bryant nehmen sich in ihrem Herausgeberwerk Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing der Notwendigkeit an, wissenschaftliche sowie anwendungsorientierte Lösungsbeiträge für den Einsatz des Mobile Marketing aufzuzeigen. In drei Kapiteln werden von führenden Autoren aus Wissenschaft und Praxis die relevanten Strategien, Konzepte und Instrumente rund um das Mobile Marketing zusammengefasst. ... Den Herausgebern gelingt mit ihrem Sammelband nicht nur eine in besonderem Maße praxisrelevante, sondern auch eine wissenschaftlich fundierte Betrachtung der Bedeutung, Potenziale und Herausforderungen sowie der Einsatzmöglichkeiten des mobilen Kommunikationskanals ..." (V. Walter, in: Marketing & St. Gallen, August/2009, Issue 4, S. 59) "Dieser Sammelband bündelt aktuellste praxisrelevante und wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zu den Erfolgsfaktoren eines profitablen Mobile Marketings. Die Kombination aus einem verständlichen Grundlagenteil sowie Kapiteln zu den Besonderheiten des Marketingmanagements und den Instrumenten im Mobile Marketing sichert einen hohen Gebrauchswert für die Unternehmenspraxis. ... Interessierten Professionals im Marketing vermittelt es ein fundiertes Verständnis über die neu entstehenden mobilen Märkte und gibt wertvolle Anregungen und Hilfestellung für ein erfolgreiches Marketingmanagement in der neuen mobilen Welt." (in: Erfurter Hefte zum angewandten Marketing, 2009, Issue 21, S.26) Mobile Lösungen benötigen ein zielorientiertes, spezielles Marketing, um erfolgreich im Wettbewerb bestehen zu können. Der Sammelband besteht aus drei Teilen: Grundlagen, Managementkonzepte sowie Instrumente des mobilen Marketings. Eingeflossen sind neue betriebswirtschaftliche Erkenntnisse als ... aktuelle technische Entwicklungen. Für eine Neuauflage ist zu berlegen, ob nicht stärker als bisher psychologisches und juristisches Wissen sowie gruppenorientiertes Marketing aufgenommen werden sollte. (in: IT Mittelstand, March/2010, Issue 3, S. 45) Kurzbeschreibung Die Mobilfunkbranche steht vor ihrem nächsten Entwicklungssprung. Nachdem der mobile Sprachmarkt gestigt ist, richtet sich der Fokus auf neue Geschäftsfelder wie der Markt für mobiles Internet, mobile Datengeschäfte und Anwendungen. Das Buch bündelt aktuellste praxisrelevante und wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zu den Erfolgsfaktoren eines profitablen Mobile Marketings. Mit einem Grundlagenteil sowie Kapiteln zu den Marketinginstrumenten und den Besonderheiten des Marketingmanagements ist der Band von hohem Wert für die Unternehmenspraxis. Buchrückseite Die Mobilfunkbranche steht vor ihrem nächsten Entwicklungssprung. Nachdem der mobile Sprachmarkt gestigt ist, Tarif- und Produktinnovationen in Rekordzeit kopiert werden und sich der Zugang zur mobilen Sprachübertragung nur noch als Commodity vermarkten lässt, richtet sich der Fokus auf neue lukrativere Geschäftsfelder. So bietet der sich rasant entwickelnde Markt für mobiles Internet, mobile Datengeschäfte und Anwendungen völlig neue Wachstumsmöglichkeiten. Gefördert durch die Einführung internetkompatibler Endgeräte und flächendeckender Daten-Flatrates wird das mobile Medium endlich massentauglich. Dieser Sammelband bündelt aktuellste praxisrelevante und wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zu den Erfolgsfaktoren eines profitablen Mobile Marketings. Die Kombination aus einem verständlichen Grundlagenteil sowie Kapiteln zu den Besonderheiten des Marketingmanagements und den Instrumenten im Mobile Marketing sichert einen hohen Gebrauchswert für die Unternehmenspraxis. Das Buch richtet sich an Manager,

Unternehmensberater, Geschäftsführer und Vorstände in Unternehmen und Agenturen sowie an Studierende und Dozenten der Wirtschaftswissenschaften, insbesondere mit dem Schwerpunkt Marketing. Wissenschaftlern bietet es einen State-of-the-Art der Forschung zum Mobile Marketing. Interessierten Professionals im Marketing vermittelt es ein fundiertes Verständnis über die neu entstehenden mobilen Märkte und gibt wertvolle Anregungen und Hilfestellung für ein erfolgreiches Marketingmanagement in der neuen mobilen Welt". Der Sammelband setzt einen Meilenstein in einem Arbeitsgebiet des Marketings, dessen erhebliche Dynamik die zukünftige Marketingrealität in hohem Maße beeinflussen wird.