

1. Record Nr.	UNINA9910484777903321
Autore	Rieber Daniel
Titolo	Mobile Marketing : Grundlagen, Strategien, Instrumente / / von Daniel Rieber
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-14777-6
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XV, 113 S. 23 Abb.)
Disciplina	658.872
Soggetti	Internet marketing Industrial management Marketing research Online Marketing/Social Media Media Management Market Research/Competitive Intelligence
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters and index.
Nota di contenuto	Mobile Mediennutzung: Apps, Mobile Moments, Customer Journey, Sales-Funnel, Künstliche Intelligenz und Internet of Things -- Mobile Marketing: strategische Integration in den Marketingmix, Anforderungen an Unternehmen, Chancen und Herausforderungen -- Mobile Marketinginstrumente: Websites, Apps, Advertising, Proximity, Social Media, Messaging, Chatbots und Personal Assistants.
Sommario/riassunto	Dieses Buch erklärt fundiert und anschaulich, wie Unternehmen das Medium Mobile ganzheitlich in ihren Marketingmix integrieren und den Always-on-Trend bei den Kunden bestmöglich nutzen können. Denn: Potenzielle Käufer sind am wirkungsvollsten von Produkten und Dienstleistungen zu überzeugen, wenn Unternehmen sie auf dem persönlichsten aller Endgeräte – dem neuen First Screen – im entscheidenden Mobile Moment ansprechen. Der Autor, selber Mobile Aktivist der ersten Stunde, gibt einen tiefen Einblick in die junge Disziplin Mobile Marketing und erklärt alle wichtigen Instrumente, Erfolgsfaktoren und Trends: von einer App-Strategie über mobil

optimierte Websites, Mobile Advertising und Proximity Marketing bis hin zu Mobile Messaging und Social Media. Mit zahlreichen Beispielen, Analysen, nützlichen Anwendungstipps und Insiderinformationen aus erster Hand. Das Buch richtet sich an Marketingentscheider und -manager, die sich erstmals mit den Möglichkeiten des Mobile Marketing befassen oder ihre aktuelle Mobile-Strategie mit Hilfe von tiefergehenden Insights optimieren wollen. Der Inhalt - Mobile Mediennutzung: Apps, Mobile Moments, Customer Journey, Sales-Funnel, Künstliche Intelligenz und Internet of Things - Mobile Marketing: strategische Integration in den Marketingmix, Anforderungen an Unternehmen, Chancen und Herausforderungen - Mobile Marketinginstrumente: Websites, Apps, Advertising, Proximity, Social Media, Messaging, Chatbots und Personal Assistants Der Autor Daniel Rieber ist Autor, Dozent und Berater für Mobile Marketing und Digitale Transformation. Der Industrieexperte ist stellvertretender Vorsitzender der Fokusgruppe Mobile im BVDW sowie der Mobile Marketing Association Germany und leitet das Marketing einer führenden Mobile-Plattform.
