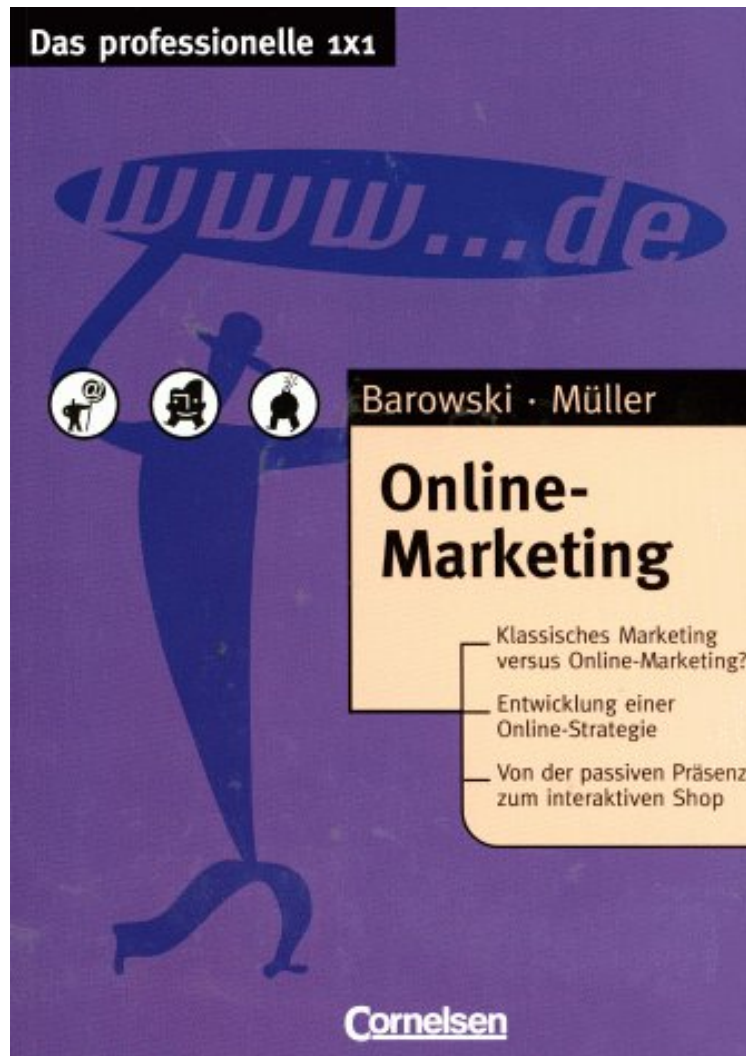


[Read now] Das professionelle 1 x 1: Online-Marketing

Das professionelle 1 x 1: Online-Marketing

Von Mike Barowski, Achim Mller
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



Produktinformation -Verkaufsrank: #3325019 in BcherVerffentlicht am: 2000-04Einband: Taschenbuch184
Seiten | File size: 59.Mb

Von Mike Barowski, Achim Mller : Das professionelle 1 x 1: Online-Marketing before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Das professionelle 1 x 1: Online-Marketing:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guter EinstiegVon Y. HensgenDas Buch hlt fr Menschen, die sich schon eingehender mit Online-Marketing beschftigt haben, nichts neues bereit, macht aber manches erst wirklich bewut (wie der Tip, nicht mit Pop-Up-Fenstern zu arbeiten, da das eher negativ behaftet ist). Fr Neueinsteiger ist das Buch bestens geeignet, den richtigen Einstieg zu finden. Zumal das Preis-Leistungs-Verhltnis top ist.13 von 14 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Absolut unzureichendes Buch auf niedrigem NiveauVon Ein KundeMit hoher Erwartung habe ich mir das Buch

Online-Marketing gekauft. Leider wurde ich sehr enttäuscht. Das Buch ist nur für absolute Einsteiger in das Internet gedacht, die sich noch nie mit dem Thema Online-Marketing beschäftigt haben. Es werden keine Punkte im Buch vertieft. So umfasst das Kapitel "Werben im Web" z.B. nur 6 Seiten. Das Buch "Online-Marketingmix", welches ich mir gleichzeitig gekauft habe, bietet hier bedeutend mehr. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Als Einblick und Einstieg super geeignet. Von Steini Barowski und Müller führen in ihrem doch recht preiswerten Buch (Fachbücher kosten ja heute Unmengen!) in lockerer Schreibweise kurz und bündig in die Thematik des Online-Marketing ein. Es werden Themen wie Werbung per Banner, Chats und Meinungsforen, die Zielgruppe im Internet und viele andere angesprochen. Das Buch erhebt nicht den Anspruch auf Ausführlichkeit und tiefgründige Behandlung. Es führt "Anfänger" in die Thematik ein und bringt viele anschauliche Beispiele. Ein super Einstieg, der die weitere Beschäftigung mit umfassender Fachliteratur super vorbereitet und erleichtert.

Per Mausklick Waren einzukaufen, wird immer populärer. Über das Internet wurden 1999 weltweit rund 40 Milliarden US-Dollar an Konsumgütern umgesetzt. Auch die deutschen User kennen die Vorteile, rund um die Uhr Produkte schnell und einfach bestellen zu können. Ganz vorn in der Hitliste der am meisten geordneten Handelsprodukten liegen Bücher. Der weltweit größte Online-Buchhandel hat vorgemacht, wie E-Commerce funktioniert. CDs, Software sowie auch Kosmetika, Sport- und Geschenkartikel rangieren an zweiter Stelle hinter dem Lesestoff. Im Gegensatz zu den US-Amerikanern vertrauen die Deutschen allerdings nicht besonders in die Zahlung per Kreditkarte. Dieses Manko haben findige Firmen für sich als Marktlücke entdeckt und bieten die Zahlungsabwicklung für Online-Käufer an. Ohne gezieltes Marketing funktioniert und floriert jedoch kein E-Commerce. Die beiden Autoren Mike Barowski und Achim Müller zeigen Schritt für Schritt und praxisnah, worauf es beim Online-Marketing ankommt. Es ist zwar sicher hilfreich, sich generell in Marketingfragen auszukennen, jedoch stellt die Online-Werbung eine besondere Herausforderung dar. Das beginnt bereits bei der Domain, der Adresse mit eigenem Namen eines Unternehmens im Internet. Die Website einer Firma ist nur ein Baustein eines umfassenden Programms, das zur Verfügung steht. Auch sogenannte Werbebanner, Werbe-Mails oder Newsletter sind beliebte und bewährte Strategien im Kampf um die Gunst des Kunden. Im Gegensatz zu E-Mails, die als lästig empfunden werden können, haben Newsletter entscheidende Vorteile. Sie werden abonniert -- sind also erwünscht -- und somit eine hervorragende und kostengünstige Möglichkeit, per E-Mail über bestimmte Produkte zu informieren. Der Ratgeber gibt einen sehr guten Überblick über die technischen Werbemittel und die Feinheiten des E-Commerce. --Corinna S. Heyn
Kurzbeschreibung Informationen zum Titel:
Klassisches Marketing versus Online-Marketing Entwicklung einer Online-Strategie Von der passiven Präsenz zum interaktiven Shop Autorenkommentar Ein komprimierter Überblick - Status quo Online-Marketing Die Vielfaltigkeit der "Online-Welt" wird schon in den Regalen des Buchhandels deutlich. Deshalb entstand das Buch "Online-Marketing". Es geht auf alle Aspekte ein, die heute die Online-Dimensionen des Marketing betreffen. Nicht mehr, nicht weniger. Denn, ob es um e-commerce oder online-Werbung geht, der tiefe Einblick braucht erstmal den sortierenden Überblick. Damit ist "Online-Marketing" ein Buch, das den Marketing-Leuten, Unternehmens-Strategen und -Führern sowie allen Interessierten einen leicht erfassbaren und in Strategien umsetzbaren Rahmen gibt. Viel Spaß beim Lesen.