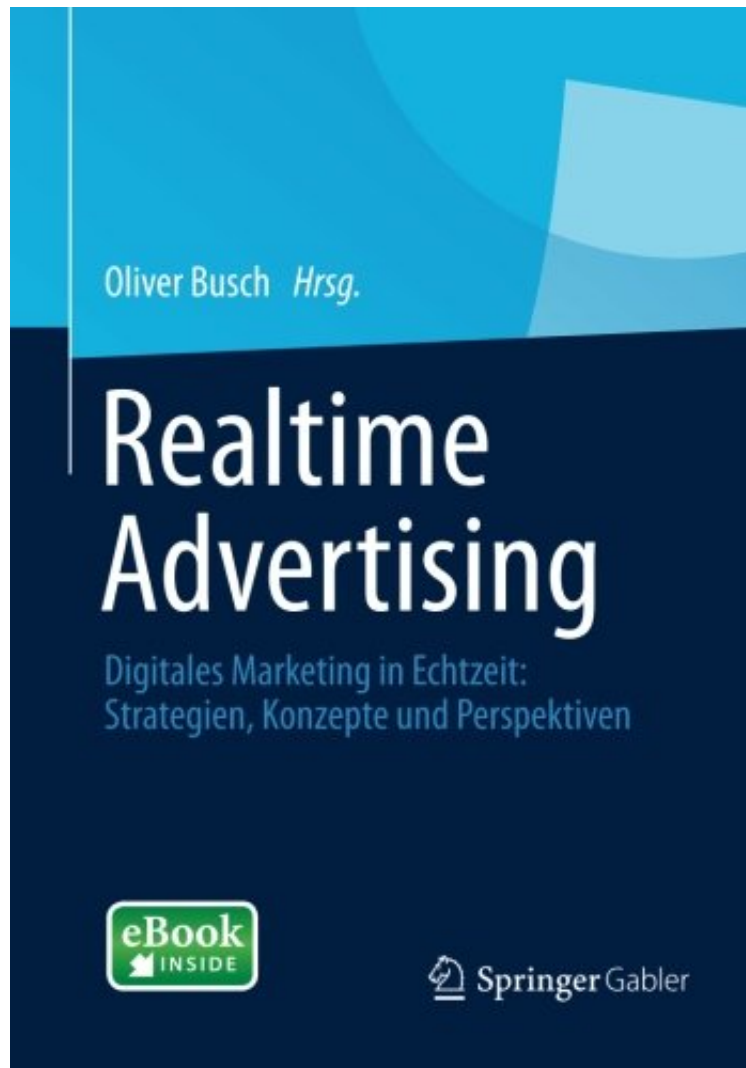


(Free and download) Realtime Advertising

Realtime Advertising

Von Springer Gabler

*Download PDF / ePub / DOC / audiobook / ebooks



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #549544 in BcherVerffentlicht am: 2014-09-09Erscheinungsdatum: 2014-09-09Abmessungen: 9.45 x .62b x 6.611, .94 Pfund Einband: Taschenbuch264 Seiten | File size: 69.Mb

Von Springer Gabler : Realtime Advertising before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Realtime Advertising:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Kompetenter geht es nichtVon BilderWorteMusikDem Herausgeber ist es gelungen, das who's who zum Realtime Advertising (RTA) in diesem Fachbuch zu versammeln. Ich kenne kein Buch, das das notwendige Wissen komprimierter darstellt als dieses.Das Werk spannt den Bogen von den Perspektiven des RTA ber eine Bestandsaufnahme des RTA in Deutschland bis hin zu Spezialthemen fr die Anbieterseite (u.a. zur Technik aber auch zur Frage der Erlssteigerung) sowie fr die Nachfrageseite mit Themen zur digitalen Kampagnenkonzepion, RTA in

Sozialen Netzwerken, technische Aspekte für Nachfrager von RTA u.v.m. Die Inhalte sind nicht einfach mal schnell so konsumiert. Hier wird substanzielles Wissen geboten, auf das man sich mit der gebotenen Intensität einlassen muss. Aber dann profitiert man auch bestens vom Buch. So soll es sein. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Praxisnah und umfangreich Von tv_25 Das Buch hat mir gut gefallen, da sowohl auf die Anbieter als auch auf die Nachfrager von RTB eingegangen wird. Das Buch besteht aus Fachbeiträgen von 28 Experten aus der Branche. Empfehlenswert! 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein Muss... Von Juku... für jeden, der dieses Thema interessiert und verstehen will. Lange nach Antworten gesucht und endlich fündig geworden. Danke an die 28 Experten aus der Branche!

Pressestimmen" ... ganz unterschiedlicher Qualität, von Branchenkennern geschrieben, beleuchten die verschiedenen Aspekte des Themas. ... liefert das Buch ein vollständiges und aktuelles Bild der Online-Werbelandschaft an der Schwelle zur Transformation. ... empfiehlt das Buch allen, die sich mit Onlinemarketing beschäftigen und wissen wollen, in welche Richtung sich die Branche entwickelt." (in: Marketing Kommunikation Fokus, mk-fokus.ch, 23. Februar 2015) Kurzbeschreibung Dieses Grundlagenwerk zu Realtime Advertising erklärt praxisnah und fundiert, welche Rolle automatisierte Echtzeit-Werbung in einem orchestrierten Media-Mix spielt und wie sie von Grund auf funktioniert. Denn: Realtime Advertising ist für Marketingverantwortliche so neu, bedrohlich und chancenreich wie die Internetwerbung zur Jahrtausendwende und selbst für viele Marketing- und Mediaexperten erklärungsbedürftig. Führende Branchenexperten aus Unternehmen, Agenturen und Medien erläutern diese revolutionäre Art des digitalen Marketings: Prof. Dr. Jürgen Seitz, Dr. Mark Grether, Aee-Ni Park, Rosa Markarian, Prof. Dr. Burkhardt Funk, Thomas Schauf, Philip Missler, Stanton Sugarman, Kate Burgarth, Stephan Noller, Marco Klimkeit, Edmund Heider, Holm Münstermann, Ingo Tenbrock, Nils Hachen, Arndt Groth, Viktor Zawadzki, Oliver Gertz, Patrick Dawson, Kolja Brosche, Sven Weisbrich, Arno Schfer, Oliver Weiss, Alexander Gsswein, Sascha Jansen, Wolfgang Bscheid und Julian Simons. Die Autoren liefern außerdem klare Handlungsempfehlungen und handfeste Praxistipps für die begonnene Transformation des Marketings. Extra: Inklusive eBook den Zugangs-Coupon finden Sie im Buch. Buchrückseite Dieses Grundlagenwerk zu Realtime Advertising erklärt praxisnah und fundiert, welche Rolle automatisierte Echtzeit-Werbung in einem orchestrierten Media-Mix spielt und wie sie von Grund auf funktioniert. Denn: Realtime Advertising ist für Marketingverantwortliche so neu, bedrohlich und chancenreich wie die Internetwerbung zur Jahrtausendwende und selbst für viele Marketing- und Mediaexpertenerklärungsbedürftig. Führende Branchenexperten aus Unternehmen, Agenturen und Medien erläutern diese revolutionäre Art des digitalen Marketings: Prof. Dr. Jürgen Seitz, Dr. Mark Grether, Aee-Ni Park, Rosa Markarian, Prof. Dr. Burkhardt Funk, Thomas Schauf, Philip Missler, Stanton Sugarman, Kate Burgarth, Stephan Noller, Marco Klimkeit, Edmund Heider, Holm Münstermann, Ingo Tenbrock, Nils Hachen, Arndt Groth, Viktor Zawadzki, Oliver Gertz, Patrick Dawson, Kolja Brosche, Sven Weisbrich, Arno Schfer, Oliver Weiss, Alexander Gsswein, Sascha Jansen, Wolfgang Bscheid und Julian Simons. Die Autoren liefern außerdem klare Handlungsempfehlungen und handfeste Praxistipps für die begonnene Transformation des Marketings. Extra: Inklusive eBook den Zugangs-Coupon finden Sie im Buch. Der Inhalt Entwicklungen, Möglichkeiten, strategische Einordnung und Perspektiven von Realtime Advertising Die Anbieterseite: Werbeplatzvermarktung und Technik Die Nachfragerseite: Kampagnenkonzepktion und Kreativität Aus der Praxis: Best Cases und Erfahrungswerte Der Herausgeber Oliver Busch ist profunder Kenner und Networker der digitalen Szene und als Autor, Redner und Moderator tätig. Er verfügt über langjährige Managementenerfahrung auf Agentur-, Kunden- und Vermarkterseite. Busch ist zudem einer der Gründer und Leiter der Fokusgruppe Realtime Advertising im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW).