

(Download pdf ebook) Ganzheitliche Marketingkommunikation im Internet: Der Weg zur erfolgreichen Homepage

Ganzheitliche Marketingkommunikation im Internet: Der Weg zur erfolgreichen Homepage

Von Thomas Hartmann

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrang: #1957337 in BcherVerffentlicht am: 2006-10-12Abmessungen: 8.86 x .79b x 5.75l, Einband: Gebundene Ausgabe229 Seiten | File size: 20.Mb

Von Thomas Hartmann : **Ganzheitliche Marketingkommunikation im Internet: Der Weg zur erfolgreichen Homepage** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Ganzheitliche Marketingkommunikation im Internet: Der Weg zur erfolgreichen Homepage:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Dieses Buch hält was der Titel verspricht!
Von M. Stieglmeier
Das Thema Marketingkommunikation in dem relativ jungen Medium Internet wird in vollem Umfang behandelt. Alle Aspekte die ein Anwender in Betracht ziehen sollte werden klar und verständlich errtert. Man merkt bei der Lektüre, da der Autor ein Fachmann des Marketing ist, aber dennoch gelingt es ihm dieses doch sehr komplexe und für Nicht-Fachleute manchmal schwierige Thema in einer sehr verständlichen Sprache und mit anschaulichen Beispielen zu behandeln. Sehr positiv ist auch, da immer wieder die Wichtigkeit des Kunden hervorgehoben wird. Demzufolge wird auch die Bedeutung der Erfolgskontrolle entsprechend dargestellt. Was nutzt die schönste Homepage, wenn man nicht weiß ob und wie sie von Kunden genutzt wird bzw. wonach Kunden suchen.
Dieses Buch ist bestens geeignet für kleinere und mittelständische Unternehmen, die sich des Potentials des Mediums Internet bewusst sind aber gleichzeitig keine umfangreiche Marketing-/IT-Abteilung betreiben können.

Kurzbeschreibung
Medien und Kommunikation: Von Werbeträgern und Werbemitteln
Kommunikation im Internet: Eine Website schafft Verbindungen
Keine Chance mit der falschen Technik: Warum Marketingexperten Bescheid wissen müssen
Suchmaschinenmarketing: Vom Forschen und Finden
Informationsarchitektur und Bedienerergonomie: Kundenfreundlichkeit im Internet
Qualität sorgt für Kundenakzeptanz: Relevante Inhalte sind erfolgreich
Promotion-Maßnahmen und integrierte Kommunikation: Werbung auf allen Kanälen
Erfolgskontrolle: Quantität und Qualität messen
Die Metaebene: Accessibility, Zugang zu Inhalten
Ein Unternehmen entdeckt seine Produkte: Fallstudie Siemens Dematic
Synopsis
Dieses Buch beschreibt die Möglichkeiten des Internets als Kommunikations- und Marketingmedium ganzheitlich anhand von Beispielen und Fallstudien, ergänzt durch Checklisten. Es richtet sich an Vertriebs- und Werbeleiter, Webmaster, Webdesigner, IT-Leiter und Geschäftsführer.
ber den Autor und weitere Mitwirkende
THOMAS HARTMANN
Jahrgang 56, Kommunikationswirt BAW, ist seit 1996 Mitarbeiter der Siemens AG. Bei seinen Tätigkeiten in den Marketingabteilungen von Siemens Automation and Drives, Produktion und Logistik, Siemens Dematic, Siemens Logistics Assembly und Siemens Medical Solutions war er unter anderem verantwortlich für einige Komplettrelaunches und Portfolionderungen von Internetsites, die Entwicklung einer Shoppingapplikation, einer Presseapplikation und einem internen Tool für Kommunikateure. Zu seinen weiteren Aufgaben gehörte die redaktionelle Erstellung von Beiträgen für Internet- und Intranet-News und -Journals.
Seit 2000 ist Thomas Hartmann Dozent für das Prüfungsfach E-Marketing an der Bayerischen Akademie für Werbung, sowie Referent für die Themen "Internet und Marke" und "Gesetze des E-Business" an der Nürnberg Akademie für Absatzwirtschaft.