

(Library ebook) Web Promotion 3. Professionelle Werbung im Internet

## Web Promotion 3. Professionelle Werbung im Internet

Von Martin Brlimann

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



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #3832017 in BcherVerffentlicht am: 2004-08Abmessungen: 9.53 x .98b x 6.65l, Einband: Taschenbuch320 Seiten | File size: 71.Mb

**Von Martin Brlimann : Web Promotion 3. Professionelle Werbung im Internet** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Web Promotion 3. Professionelle Werbung im Internet:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Super Ratgeber fr Online MarketingVon Rolf DobelliMartin Brlimann, Spezialist fr Internet-Werbung, zeigt Ihnen mit "Web Promotion", wie Sie in Zukunft Ihren Firmenauftritt im Netz als eigene Marketingmassnahme professionell planen, betreuen und auswerten sollten. Sie erhalten einen fundierten berblick ber Bannerwerbung und Site-Promotion und knnen mitreden, wenn mal wieder diskutiert wird, was die Firmen-Website wirklich gebracht hat und was man besser

machen kann. Besonders praktisch sind die zahlreichen Checklisten, mit deren Hilfe Sie Ihre Firmenpräsentation im Netz demnächst revolutionieren werden. getAbstract.com empfiehlt das Werk Führungskräfte größerer Firmen, insbesondere Marketingverantwortlichen und Mitarbeitern von Werbeagenturen. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gut geschrieben aber nicht auf dem aktuellen Stand. Von Ein Kunde Hallo, ich befasse mich seit einem Jahr intensiv mit Onlinemarketing. Lese hierzu viele Newsletter und habe auch schon die ein oder andere Lektüre gekauft gelesen. Das Buch bietet sicherlich interessante Informationen ist auch sehr gut und verständlich geschrieben, dennoch habe ich einige Bereiche wie Sponored Links, Partnerprogramme etc. vermisst. Ich denke, es gibt für diesen Preis mit Sicherheit Lektüren die um einiges umfangreicher sind was dem aktuellen Stand des Onlinemarketings bzw. der Web Promotion zuzuordnen ist. Ein Beispiel hierfür wären die Marketing Tricks von Sascha Langner. In diesem Zusammenhang auch noch mal ein Kompliment an den Autor. Bin schon gespannt auf neue Informationen. 3 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Etwas einseitige Sicht der Webpromotion. Von Leserratte Das Buch von Martin Brilmann beschäftigt sich meiner Meinung nach nicht ausreichend mit allen Möglichkeiten der Webpromotion. Martin Brilmann strzt sich fast ausschließlich auf die Möglichkeiten der Bannerwerbung. Alle anderen Möglichkeiten spricht er kurz und oberflächlich an. Cirka 90% des Buchthemas ist die Bannerwerbung, ich war etwas enttäuscht, da ich mir mehr versprochen habe mit mehr detailliertem Insiderwissen. Diese Infos kann man kostenlos auf Webseiten nachlesen, die Bannerwerbung verkaufen wollen. Ich hatte dieses Buch auf Empfehlung eines Buchautors und Betreibers einer Website, welche ich sonst sehr schätze, gekauft. Da hat Herr Brilmann seine Bannerwerbung auch nicht genutzt, und einen anderen Weg der Internetpromotion genutzt.

.de Online-Werbung ist nicht mehr neu, in viele Fettnäpfchen wurde schon gestapft, viele Sackgassen sind ausgeleuchtet. Wissen durch Erfahrung und einen guten Überblick hat Martin Brilmann in Web Promotion gesammelt, dem in seiner Art ersten deutschsprachigen Handbuch mit klar fokussiertem Blick auf die Promotion für Web Sites. Zu Beginn holt Brilmann den Leser ab, wo dieser steht -- bei der eigenen Website. Zunächst wird ein Marketingplan aufgestellt mit Definitionen von Fragen, Aufgaben und Vorgehensweise, als zweites werden die vier Standbeine klassische Werbung, Marketingmix, Public Relations und Sales Promotion (für Onlineshops) grundätzlich erörtert. In großen Kapiteln geht es dann in die Details der Bannerwerbung wie der sonstigen Site Promotion von klassischen Maßnahmen bis zur Nutzung anderer Internetdienste, von der Domainwahl bis zur Pressearbeit. Ein hervorragend ausgeführtes Kapitel über die Erfolgsauswertung mit Aufzählung aller relevanten Messkriterien und ihrer Aussagen sowie ein an der Praxis ausgerichtetes Troubleshooting schließen das Buch ab. Konzipiert ist Web Promotion als Mischung aus Hand- wie Grundlagenbuch. Am Ende der Kapitel findet man zwar Checklisten für eigene Unternehmungen, die Erklärungen sind jedoch eher grundsätzlicher Art mit vielen allgemeinen, aber zugleich punktgenauen Schilderungen und Ratschlägen. Man sollte also erst lesen, und das bis zur letzten Seite, bevor man selber startet. Web Promotion ist inhaltlich umfassend und zugleich konkret; so wie man sich schon lange ein Buch zum Thema gewünscht hat. Es setzt sich stark von der allgemeinen Literatur über E-Commerce und Online-Marketing ab -- erklärt wird nicht, wie und womit man Geschäfte im Internet machen kann, im Mittelpunkt steht die Werbung und sonst nichts. Eine weitere Besonderheit ist, dass Brilmann nicht das Rad neu erfinden will, sondern den Ansatz in der klassischen Werbung legt und viel daraus transferiertes Wissen mit neuen medien-spezifischen Kriterien gekonnt ineinander fügt. Beachtet und beim Wort genannt werden so auch Werbewirkung, Mediaplanung und der klassische Kampagnengedanke. Für Betreiber wie Designer von Websites ist Web Promotion eine gute, für Werber, Marketingfachleute und Mediaplaner eine dringende Empfehlung -- beeindruckend in Seriosität und Professionalität. -- Wolfgang Tress Pressestimmen Beeindruckend in Seriosität und Professionalität! (Redaktion .de) Kurzbeschreibung Eine eigene Website zu haben gehört mittlerweile zum Pflichtstoff für jedes Unternehmen. Nur wenigen Marketing-Verantwortlichen ist dabei aber klar, dass der Internet-Auftritt genauso systematisch geplant, betreut und ausgewertet werden muss, wie jede andere Marketingmaßnahme. Internet ist nicht Technik Internet ist Kommunikation. Nur wer wirksam wirbt, hat Erfolg. Dieses Standardwerk liefert die Grundlagen für erfolgreiche Werbung im Internet. Genau hier setzt Martin Brilmann an: Er zeigt, wie man eine Website im Internet bewirbt, wie ein Internet-Mediaplan aussieht, wie Bannerwerbung funktioniert, wie sich die Instrumente in die Unternehmenskommunikation integrieren lassen und für alle Marketing-Fachleute von elementarer Bedeutung wie sich der Erfolg einer Website messen und auswerten lässt. Dabei bedient sich Brilmann ganz bewusst einer klaren, verständlichen Sprache, so dass auch Leute, die keine Internet-Experten sind, mit den Anforderungen des neuen Mediums zurecht kommen.