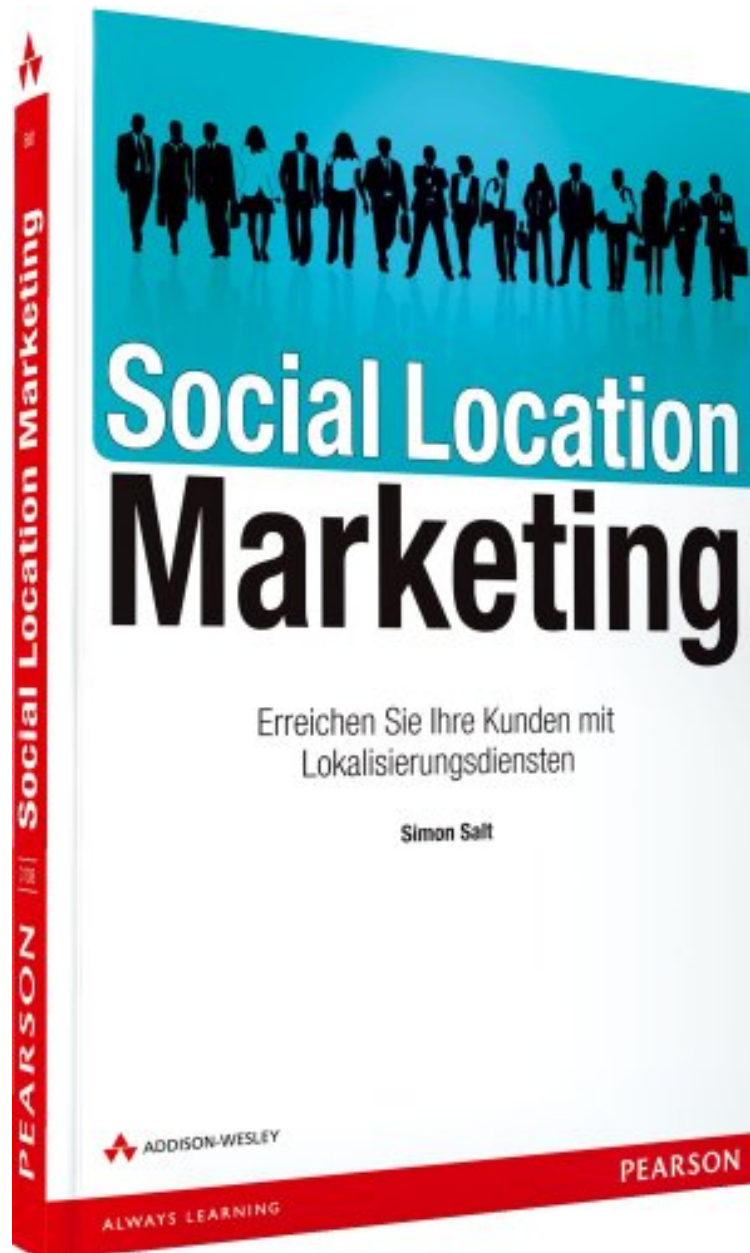


[Online library] Social Location Marketing: Erreichen Sie Ihre Kunden mit Lokalisierungsdiensten (Bizztec)

Social Location Marketing: Erreichen Sie Ihre Kunden mit Lokalisierungsdiensten (Bizztec)

Von Simon Salt

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #475838 in BcherVerffentlicht am: 2011-12-01Anzahl der Produkte: 1Abmessungen: 8.43 x .79b x 5.551, Einband: Taschenbuch320 Seiten | File size: 21.Mb

Von Simon Salt : Social Location Marketing: Erreichen Sie Ihre Kunden mit Lokalisierungsdiensten (Bizztec) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Social Location

Marketing: Erreichen Sie Ihre Kunden mit Lokalisierungsdiensten (Bizztec):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Social Media - erste Schritte für UnternehmenVon StefanieEtwas skeptisch war ich, bevor ich Social Location Marketing gelesen habe- in einem gedruckten Buch so neue Tools und Möglichkeiten zu erklären, noch dazu Dienste, die sich fast täglich ändern. Ein Screenshot von heute hat mit einem in 4 Monaten kaum noch Ähnlichkeit, die Dienste bekommen immer neue Funktionen und Verbesserungen, manche Apps oder Dienste werden vielleicht eingestellt, ruckzuck kommt etwas ganz Neues, das die bestehenden in den Schatten stellt.Das Buch geht zu Anfang gleich auf diese Skepsis ein und behauptet auch gar nicht, den aktuellsten Status der einzelnen Dienste darzustellen.Vielmehr beschreibt es die Ideen hinter den Diensten, die Möglichkeiten, die sie bieten, mit vielen Case Studies, die zeigen, wie Unternehmen sie genutzt haben. Hat man dies einmal gelesen und verstanden, muss ich als Unternehmen eh schauen, welches Tool für mich am besten passt- und das kann eines sein, das im Buch gar nicht erwähnt wird.Dem Autor und den Lektoren/ Übersetzern merkt man ihre Expertise an, die Sprache ist aber klar und deutlich auch für Anfänger verständlich. Es gibt Beispiele für große und kleine Unternehmen, für große und kleine Budgets und Infos für spezielle Branchen wie Mode, Einzelhandel, oder Tourismus.Auch wenn das Hauptthema die Location Based Services ' oder Social Location Marketing ' sind, so gibt es auch viele Informationen zu grundlegende Ideen und Prinzipien in Social Media allgemein- der Wert eines Stammgastes/ Stammkunden, der Umgang mit Leuten, die im Internet bei mir reden oder mit mir reden wollen, Ziele, Strategien und die Verknüpfung im Unternehmen bis hin zu Stellenausschreibungen.Das Buch ist eine Übersetzung aus dem Amerikanischen, greift aber auf deutsche Beispiele zurück und geht auf den deutschen Markt ein. Ein ganzes Kapitel widmet sich dem Spielen, dem Grund, warum Dienste wie Foursquare überhaupt funktionieren. Kapitel 4 beschreibt dann einige Dienste genauer und endet wieder mit einem guten Fallbeispiel über ein Hotel/ Restaurant in Arkansas. Schnell dabei: im Buch werden die Twitter Accounts angegeben, so dass man weiterverfolgen kann, was sich in dem Restaurant inzwischen getan hat.Kapitel 6 beschreibt im Detail die verschiedenen Dienste wie Gowalla und Foursquare, hier muss man ein wenig vorsichtig sein, nicht alles wortwörtlich nehmen sondern auch die aktuellen Entwicklungen beobachten. Für einen Neuling aber sicher hilfreich und ein guter Anfangspunkt. Kapitel 7 ist dann auch etwas für Fortgeschrittene, es geht um Marketingkampagnen speziell auf SLM Basis aber auch eingebettet in einen größeren Marketing Kontext.Das Buch ist eher für Anfänger als für Fortgeschrittene empfehlenswert, einige neue Ideen gibt es aber auf jeden Fall auch für Leser, bei denen Check-Ins, Mayors und Badges schon zum (Geschäfts-)Alltag gehören. Unverzichtbar ist meiner Meinung aber immer, auf dem aktuellen Stand zu bleiben mit Blogs oder Online Magazinen und sich nicht allein auf das gedruckte Buch (Erstausgabe Herbst 2010).0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ordentlicher Einblick zu Social Location MarketingVon Thorsten IsingIn 10 Kapiteln geht der Autor sowohl auf Grundlagen von Social Location Marketing, Location Based Services oder Social Location Sharing ein und beantwortet von vornherein gezielt Fragen. Ideen und Gedanken warum Menschen ihren Standort mit anderen teilen, welche Funktionen und Möglichkeiten die einzelnen Dienste bieten und welches Tool oder welche App die beste für den Einzelnen sein kann werden ebenso beantwortet, wie die Nutzbarkeit durch Unternehmen.Anhand diverser Fallbeispiele kann man nachvollziehen wie Unternehmen Social Location Marketing genutzt haben und welchen Mehrwert sie sich davon erwarten konnten. Mit Hilfe klarer Anwendungsfälle aus diversen Branchen zeigt der Autor so (auch anhand deutscher) Muster auf, die nutz- und ertragbar für das eigene Unternehmen sein können. Ziele und Strategien kommen nicht zu kurz.Social Sharing, Location Based Services und andere Begriffe werden verständlich erklärt, Grundlagen zum Social Media Prinzip im Allgemeinen erläutert und Grundlagen für Wertermittlung von Besuchern etc. aufgegriffen. Dienste, Apps, Services finden sich natürlich auch wieder.Meine Meinung:Mit "Social Location Marketing: Erreichen Sie Ihre Kunden mit Lokalisierungsdiensten" macht man als Einsteiger in das Thema sicher nichts falsch. Die Themen sind ordentlich strukturiert, die Sprache verständlich und der Gang in die Tiefe einzelner Dienste sehr ordentlich. Das Buch ist gut. Es zeigt mehr als nur die Grundlagen des Social Location Marketing und gibt gute Tipps und Anleitungen für das eigene Marketing in diesem Bereich. Gerade die Anwendbarkeit diverser Beispiele (z.B. Event-Marketing mit Social Location Sharing-Apps) gefällt mir sehr gut.0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gutes Buch für den Einsteiger in die Lokationsbasierten DiensteVon Uwe HauckEs besteht immer noch in weiten Bereichen die Meinung, Dienste wie Foursquare oder Google Places wären reine Spielerei ohne Mehrwert für Unternehmen.Hier bietet das Buch "Social Location Marketing" von Simon Salt die Möglichkeit, insbesondere für Einsteiger in die Welt der Checkins und des Location Sharing zum einen einen tieferen Einblick in die Dienste und ihre Möglichkeiten zu gewinnen, zum anderen anhand von Praxisbeispielen bereits erfolgreiche Kampagnen mit Location based Services kennenzulernen.Dabei wendet sich das Buch inhaltlich wirklich vor allem an Einsteiger, denn es werden kurz die Grundlagen der Idee Social Media vorgestellt, um dann eben jene Dienste zu präsentieren, die auf dem Bekanntgeben der Lokation des Nutzers basieren. Foursquare, Gowalla (ja, hier ist das Buch inaktuell, das ist aber wohl eher dem schnellen Wandel der Szene geschuldet) Facebook Locations und andere werden vorgestellt und auch der Neuling erhält einen tieferen Einblick in die Funktionalität und die Möglichkeiten der Apps. Der wenn man so will dritte Teil wiederum präsentiert schließlich anhand aktueller echter Umsetzungen, was man als Unternehmen aus den Lokationsdiensten an Nutzen gewinnen

kann. Salt schreibt in einem sehr gut lesbaren Stil, wirkt dabei nie oberlehrerhaft und nutzt handfeste Praxisbeispiele, um dem Leser die Möglichkeiten klar und leicht verständlich vor Augen zu führen. Das Buch gibt meiner Ansicht nach einen umfassenden Einblick in Social Location Marketing und zeigt dabei auch die Kultur und das kulturelle Denken der Community auf, das bei keiner Social Media Aktivität außer Acht gelassen werden sollte. Alles in allem ein gelungenes Buch für den Einsteiger, der erfahrene Nutzer, der bereits die Dienste und Begrifflichkeiten kennt und nutzt wird wohl nur aus den Beispielen tieferen Nutzen ziehen. Daher meine Wertung 4 von 5 möglichen Punkten aber auf jeden Fall eine klare Einsteigerempfehlung

Kurzbeschreibung Dieses Buch zeigt Ihnen, wie wichtig es ist, nicht nur einen guten Internetauftritt zu haben, sondern vor Ort auch tatsächlich gefunden zu werden. Mit standortbezogenen Diensten erreichen Sie Ihre potenziellen Kunden aus Ihrer direkten Umgebung. Mit dem Autor Simon Salt als Kenner auf diesem Gebiet betreten Sie neue Wege des lokalen Marketings, mit denen Sie Ihrem Unternehmen neuen Aufwind verschaffen. Sie lernen in diesem Buch, wie Social Location Marketing funktioniert, wie Sie Ihre Zielgruppe erreichen, wie Sie Rezensenten gewinnen und auch wie Sie mit negativen Bewertungen umgehen können, um Ihrem Unternehmen zum Erfolg zu verhelfen. Social Location Marketing gibt einen tiefen Einblick in effektive neue Methoden, praktisch jedes beliebige Produkt, stationäre Geschäfte, Dienstleistungen und Veranstaltungen aller Art zu bewerben. Autor Simon Salt ist Pionier auf dem Feld des Social Location Marketing und zeigt, wie man das Beste aus den neuen Möglichkeiten herausholt. Dienste wie Foursquare, Gowalla, Yelp, Qype und andere werden vorgestellt und im Hinblick auf ihre kosteneffizienten Einsatzmöglichkeiten im Marketing erlutert. Anhand von Beispielen aus der realen Praxis erfahren Sie, wie Sie in direkten Kontakt zu Ihren Kunden und Zielgruppen treten und wie man gewinnbringende Strategien zu realistischen Kosten entwickelt, Ergebnisse von Maßnahmen misst und teure Fehler vermeidet neben vielen weiteren Themen. Egal, welches Ziel Sie verfolgen, welche Position Sie im Unternehmen bekleiden oder in welcher Branche Sie tätig sind dieses Buch hilft Ihnen, neue Kunden zu gewinnen, Kundenbindungen zu festigen und Umsätze zu steigern. Aus dem Inhalt: Wie funktioniert Social Location Marketing; was kann es leisten und was nicht? Wer nutzt Social Location Software und warum? Wer sind Ihre Kunden und was wollen sie was bedeutet dies für den Marketingplan? Wie macht man Kunden zu Evangelisten der Marke? Wie setzt man innovative Ansätze wie Spiele, Wettbewerbe und zeitlich begrenzte Angebote ein? Welche nachweislich funktionierenden Konzepte gibt es für die Branchen Mode, Handel, Gastronomie und Hotellerie? Wie geht man effektiv mit Kritik um und transformiert Negativeinstellungen in positive Haltungen? Welche Datenschutzthemen bringt Social Location Marketing mit sich? Simon Salt ist unter Insidern seiner Branche als Vorreiter im Bereich Social Media bekannt. Mit seiner Erfahrung berät er seit Jahren erfolgreich globale Firmen und internationale PR Agenturen. Nachdem er drei Startups mit aufgebaut hat, leitet er heute sein eigenes Marketing-Unternehmen IncSlingers. ber den Autor und weitere Mitwirkende Simon Salt ist unter Insidern seiner Branche als Vorreiter im Bereich Social Media bekannt. Mit seiner Erfahrung berät er seit Jahren erfolgreich globale Firmen und internationale PR Agenturen. Nachdem er drei Startups mit aufgebaut hat, leitet er heute sein eigenes Marketing-Unternehmen IncSlingers.