

[Download pdf ebook] Social Media und Location-based Marketing: Mit Google, Facebook, Foursquare, Groupon Co. lokal erfolgreich werben

## Social Media und Location-based Marketing: Mit Google, Facebook, Foursquare, Groupon Co. lokal erfolgreich werben

Von Ron Faber, Snke Prestin  
ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrang: #850479 in BcherVerffentlicht am: 2012-01-12Erscheinungsdatum: 2012-01-12Abmessungen: 9.69 x .75b x 7.83l, Einband: Gebundene Ausgabe239 Seiten | File size: 68.Mb

Von Ron Faber, Snke Prestin : Social Media und Location-based Marketing: Mit Google, Facebook, Foursquare, Groupon Co. lokal erfolgreich werben before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media und Location-based Marketing: Mit Google, Facebook, Foursquare, Groupon Co. lokal erfolgreich werben:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gelungen!Von Via ViniEin sehr guter Einstieg ins Thema! Interessante Beispiele und aussagekrftige Diagramme. Nach der Lektre hat man richtig Lust sich an seine "Hausaufgaben" zu machen.Einzige Kritik: Manchmal hatte ich den Eindruck, dass die textlichen Erluterungen zu den Diagrammen den Umfang des Buches einfach nur aufblhen sollen. Das ist aber fr das Verstdnis berhaupt nicht ntig, da die Grafiken sehr gut fr sich selber sprechen.0 von 1 Kunden

fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr hilfreich, guter berblickVon SherlockDas Buch ist wirklich super(aktuell). Ich habe es an einem Tag verschlungen! Viele Screenshots ermöglichen es sich ein umfassendes Bild von LBS zu machen. Ein Muss für jeden Kleinunternehmer!0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Dieses Buch klärt sieben von sieben Siegeln des Social MediaVon Hartmut OSSehr gute und mit verständlichen Beispielen gespickte Lektüre zum Einstieg in die Vielschichtigkeit der Thematik um Social Media. Absolut empfehlenswert!

textico.deMarshall McLuhan prägte ja den Begriff vom globalen Dorf - tatsächlich ist die lokal-regionale Bedeutung aller tollen weltweiten Netzwerk-Sozial-Meinungs-Plattformen wie Facebook, Qype oder Foursquare für lokal-regionale Produzenten und Serviceangebote wesentlich klarer als ihre globale Relevanz: Ron Faber und Snke Prestin haben dieses Prinzip verstanden und in ihrem Social Media und Location-based Marketing für den Hausgebrauch aufbereitet. Bei all dem Marketinggeblubber um Face-Qype-Groupon und Co. kurz SoLoMo (sozial, lokal, mobil) fragt sich so mancher Mittelständler bestimmt, wovon die da alle immer reden. Und was das soll. Denn für Marketing hat der Buchhändler um die Ecke oder der Blumenladen nebenan weder Zeit noch Geld. Oder doch? Denn das Charmante am SoLoMo ist: es kostet kaum was oder gar nichts und mit ein bisschen Plan braucht man dafür auch wenig Zeit. Wie das funktioniert, zeigen Faber und Prestin auf einer soliden Grundlagenbasis für den praktischen Alltag. Und was soll das bringen (auch wenn's nix kostet)? Faber und Prestin machen es kurz: Kunden durch Weiterempfehlung gewinnen Kunden durch zeitgemäße Werbemaßnahmen gewinnen Loyalität von Bestandskunden steigern Inaktive Bestandskunden aktivieren Einzugsradius des Unternehmens erhöhen Kapazitäten besser auslasten Und das gilt für Bars, Hotels, Buchhändler, Wein- bis Buchhändler und und und ... Tatsache ist, immer mehr Menschen sind online, suchen online, unterhalten sich online und kaufen online ein. Eine Tatsache, die zu ignorieren man sich als Anbieter von was auch immer nicht mehr leisten kann. Fundiert und nachvollziehbar zeigen die beiden Autoren einen Weg durch den Marketing Dschungel und verzichten dabei gezielt NICHT auf klassische Marketingbegriffe. Das entzaubert viel Geblubber. Facebook, Twitter, Groupbuying, KMUs ... am Ende des Buchs weiß man worum es geht und hat man mal sein System im Griff, ist der Aufwand tatsächlich gering im Vergleich zum Nutzen. Zugabe zur gedruckten Version: Das komplette Buch liegt als E-Book bei. Social Media und Location-based Marketing ist ein klares "Macher"-Buch für kleine, mittelständische oder sonstige lokal-regionale Unternehmen und eignet sich für Marketinger und Einzelkämpfer: Go global, keep it local! -- Wolfgang Tre/textico.dePressestimmen"Fundiert und nachvollziehbar zeigen die beiden Autoren einen Weg durch den Marketing Dschungel [...] Social Media und Location-based Marketing ist ein klares "Macher"-Buch für kleine, mittelständische oder sonstige lokal-regionale Unternehmen und eignet sich für Marketinger und Einzelkämpfer: Go global, keep it local!" Wolfgang Tre/textico.de für .de, 08.11.2012"Der Fokus des Buches stimmt und es holt seine Leser dort ab, wo sie sich wahrscheinlich tatsächlich noch befinden." acquisa, November 2012"Erfahren Sie, wie Sie Kunden aus Nachbarschaft und Region gezielt erreichen. Ein praktischer, sehr verständlicher und gut umzusetzender Leitfaden, der kleinen und mittleren Unternehmen Mut macht, das Thema Internetwerbung gezielt für sich zu nutzen." florist, Mai 2012Kurzbeschreibung- Hier lernen Sie, zeitgemäße Werbemaßnahmen erfolgreich einzusetzen.- Erfahren Sie, wie Sie Kunden aus der Nachbarschaft und der Region gezielt erreichen können.- Lernen Sie Plattformen wie Foursquare, Qype, Groupon, Facebook Co. kennen und schöpfen Sie deren Möglichkeiten aus.- Nutzen Sie die praktischen Tipps und Anleitungen, die sich konkret an kleine und mittlere Unternehmen mit überwiegend regionaler Ausrichtung wenden.- EXTRA: E-Book insideEgal ob Sie Handwerker sind, ein Café betreiben oder Dienstleistungen anbieten; egal ob Sie Einzelkämpfer sind oder in einem Unternehmen mit 200 Mitarbeitern arbeiten: Sie müssen Ihre Produkte und Dienstleistungen unter die Leute bringen. Dabei helfen Ihnen heute ganz besonders die Möglichkeiten des Social Media Marketing. Mit Hilfe von Google, Facebook, Twitter Co. erreichen Sie Ihre Kunden - alles was Sie dafür brauchen: Kreativität und wenig Geld. Kombiniert mit Qype, Groupon oder den aktuellen Location Based Services von Foursquare und anderen können Sie innovative und attraktive Wege gehen, um Kunden auf sich aufmerksam zu machen und an sich zu binden.Dieser praktische Leitfaden vermittelt Ihnen das Rüstzeug, die richtige Social-Media-Strategie für Ihr Unternehmen zu finden, heute umzusetzen und morgen ggf. kompetent anzupassen, wenn Sie neue Ideen umsetzen wollen oder neue Technologien oder Plattformen die Spielregeln verändern. AUS DEM INHALT: Wer dieses Buch lesen sollte (und warum), Social Media und Internet: Überblick zu Nutzung und Nutzern, Lokale Suche, Bewertungen, Social Networking, Location-based Social Networking, Lokales Groupbuying, 100 Prozent: Was noch zu tun ist, Rechtliche Fallstricke vermeiden, Kristallkugel: die TrendsSystemvoraussetzungen für E-Book-inside: Internet-Verbindung und E-Book-Reader Adobe Digital Editions.