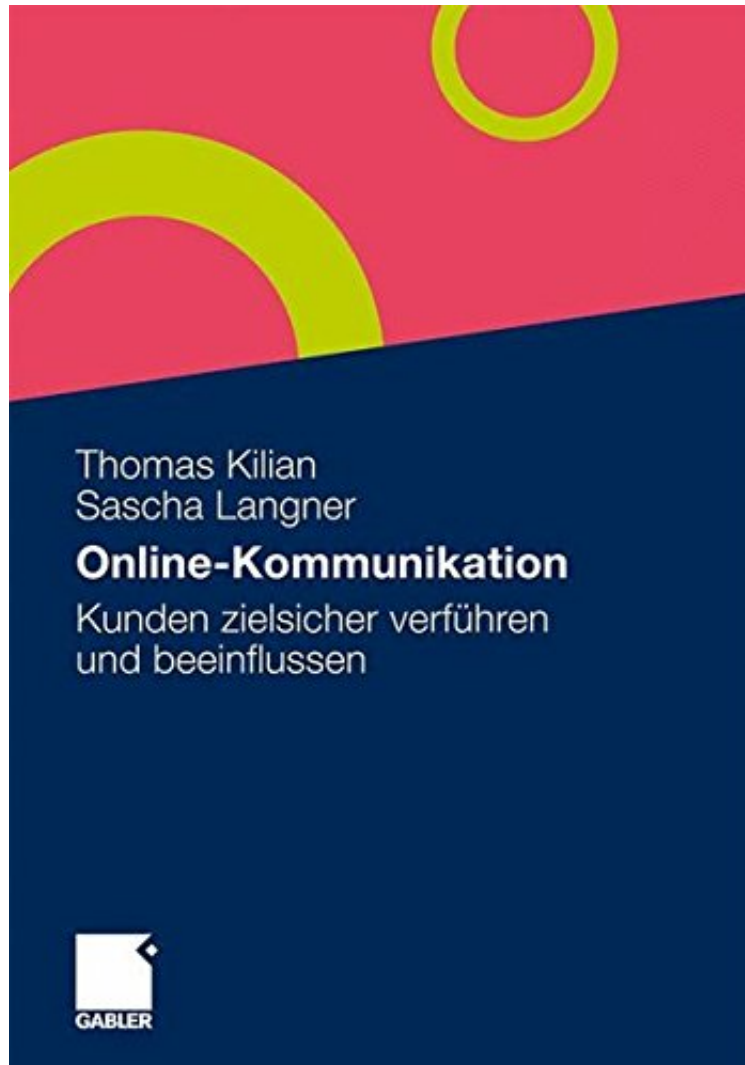


(Read free ebook) Online-Kommunikation: Kunden zielsicher verführen und beeinflussen

Online-Kommunikation: Kunden zielsicher verführen und beeinflussen

Von Thomas Kilian, Sascha Langner
ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



Produktinformation -Verkaufsrang: #1300156 in BcherVerffentlicht am: 2010-07-15Erscheinungsdatum: 2010-07-15Abmessungen: 9.45 x .56b x 6.611, .88 Pfund Einband: Taschenbuch248 Seiten | File size: 29.Mb

Von Thomas Kilian, Sascha Langner : Online-Kommunikation: Kunden zielsicher verführen und beeinflussen
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Online-Kommunikation: Kunden zielsicher verführen und beeinflussen:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Zeitverlust ohne ErkenntnisgewinnVon Verbandsstrategie - RedaktionThomas Kilian und Sascha Langner holen zum groen Rundumschlag aus und fassen das Feld der Online-Kommunikation zusammen. Der Untertitel nicht gerade

subtil formuliert, trifft aber den Kern des Buches: Es geht um den konsequenten Abverkauf im Internet und die Mittel und Mechanismen dazu. Die Ziel-Leserschaft sind Marketingverantwortliche in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Mit diesen kennen sich die Autoren auch bestens aus: Thomas Kilian ist Inhaber einer kleinen Full-Service-Agentur und Autor mit dem Fokus Neukundengewinnung. Sascha Langner ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Autor von Praxisleitfäden zum Thema Online-Marketing. Entsprechend fundiert und praxisorientiert liest sich das vorliegende Buch auch. Im ersten Teil werden die unterschiedlichen Maßnahmen vom Aufbau einer Internetseite über Werbebanner, E-Mail-Marketing und Affiliate-Marketing hin zu Viralem Marketing und Suchmaschinenoptimierung behandelt. Für die Gliederung verwenden die Autoren die eigentlich aus dem klassischen Marketing gebräuchliche Unterteilung in 'above the line' und 'below the line'. Die Neubesetzung dieser Attribute ist nicht ganz nachvollziehbar. Der Leser sollte sich hiervon aber nicht verwirren lassen, denn die Maßnahmen selbst sind solide und umfangreich mit anschaulichen Fallbeispielen aufbereitet. Positiv fällt z.B. auf, dass die Autoren auch Themen wie Informationsarchitektur und Navigationsstruktur im Rahmen der Websitegestaltung aufgreifen. Gut geeignet zum schnellen Nachschlagen ist die übersichtliche Klassifizierung der Maßnahmen nach Interaktivität, Multimedialität, Individualisierung und Pull-Charakter. Weniger gelungen sind alle Abschnitte zu dialogischer Kommunikation wie Online-PR oder Social Media. Diese werden eher trocken behandelt, es ist definitiv nicht die Kernkompetenz des eher marketing-orientierten Autorenduos. Das Kapitel Online-PR beschreibt im Wesentlichen die Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit, z.B. wie eine Pressemitteilung aufgebaut wird. Das eigentlich Neue in der PR wie RSS-Feeds, Videos, Dialog über verschiedene Plattformen hinweg wird von den Autoren schlicht nicht berücksichtigt. Hinter dem letzten Teil, der etwas vollmundig Beeinflussungstechniken verspricht, stecken vielmehr Ableitungen von Konsumentenverhalten aus dem Marketing aufs Web. Hier ist man mit Klassikern wie dem Konsumentenverhalten von Kroeber-Riehl sicher besser bedient. Fazit: Der Kommunikationsarbeiter im politischen Betrieb oder Verband wird aus der Lektüre wenig mitnehmen, denn nicht bei allen Websites ist das Ziel der Klick auf den 'Kaufen'-Button. Die Zusammenfassung zum aktuellen Status der Werkzeuge der Online-Kommunikation ist gut. Ohne weitere Beschäftigung mit dem Thema Online-Marketing oder professionelle Dienstleister steht danach aber längst keine eigene Online-Kampagne. Der online-erfahrene Kommunikationsverantwortliche darf das Buch getrost im Regal stehen lassen, er wird nur wenige neue Erkenntnisse gewinnen.

Pressestimmen "Das Buch eignet sich hervorragend für Praktiker als Einstiegsliteratur, aber auch für fortgeschrittene Nutzer, um einen Gesamtüberblick zu erhalten." transfer - Werbeforschung Praxis, 4-2010 Werbetext So funktioniert Online-Kommunikation! Kurzbeschreibung Seien es Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Blogs - Unternehmen von heute müssen sich neuen kommunikativen Herausforderungen stellen. Die Autoren, erfahrene Experten für Internet-Marketing, präsentieren in diesem Buch die Grundlagen der Online-Kommunikation sowie die gängigsten Instrumente und Beeinflussungstechniken: von der klassischen Webseitengestaltung bis zu jüngsten Trends im Bereich der Social-Media-Kommunikation.