

(Free and download) Online-Marketing im Web 2.0: Grundlagen, Strategien und Anwendungen

# Online-Marketing im Web 2.0: Grundlagen, Strategien und Anwendungen

Von Sven Allmer

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



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #7862695 in Bcher Verffentlicht am: 2008-08-26 Erscheinungsdatum: 2008-08-26 Abmessungen: 8.66 x .25b x 5.911, Einband: Taschenbuch 108 Seiten | File size: 78.Mb

Von Sven Allmer : **Online-Marketing im Web 2.0: Grundlagen, Strategien und Anwendungen** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Online-Marketing im Web 2.0: Grundlagen, Strategien und Anwendungen:

Kundenrezensionen Hilfreichste Kundenrezensionen 3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Viel zu kurz! Von Fred Graf Es tut mir leid das sagen zu mssen - aber ich bin ziemlich enttuscht. Das Buch ist meiner Meinung nach zu kurz, zu oberflchlich und viel zu teuer! Ich selbst bin Online Marketing Manager und habe das Gefhl dass es

sich hier um eine bessere Hausarbeit von der Uni handelt. Ich hätte ihr vermutlich nicht einmal eine 2,0 gegeben. ...und dafür 50 Euro hinzulegen ist meiner Meinung nach absolut überbeuert. Sorry. Na ja...vielleicht tue ich dem Autor ja auch unrecht und regere mich nur über ein Buch das ich an einem halben Tag komplett durchgelesen hatte und es jetzt geraucht nicht mehr zurückgeben kann! 10 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr gelungenes kompaktes Standardwerk zum Thema Online Marketing im Web 2.0 Von J. Bank Ich muss den vorigen Rezensitor widersprechen. Das mir vorliegende Werk verspricht im Titel den Überblick auf "Grundlagen, Strategien und Anwendungen" des Online Marketings im Web 2.0. Dieses erfüllt es voll und ganz - nicht mehr, aber auch nicht weniger. Meiner Meinung nach ist dem Autor eine anschauliche und gut nachvollziehbare Aufstellung zum Thema gelungen. Persönlich - suchend nach einem einführenden kompakten Werk das die grundsätzlichen Aspekte des Themengebietes darstellt - war mir das vorliegende Buch eine große Hilfe und ich würde es ohne Bedenken weiter empfehlen.

**Kurzbeschreibung** Das Web 2.0 wird in allen Medien diskutiert und ist im Internetbereich eines der aktuellsten Themen unserer Zeit. Bisher wurden jedoch überwiegend die Nutzungsmöglichkeiten aus Konsumentensicht erforscht und weniger die Möglichkeiten, die sich für Unternehmen erschließen. Dieses Buch widmet sich systematisch diesen Möglichkeiten und stellt dar, wie Unternehmen ihre Zielgruppe aktuell im Internet erreichen können. Dabei werden Anwendungsempfehlungen für Unternehmen hinsichtlich der Tauglichkeit der neuen Web 2.0-Formate im Bereich des Online-Marketings abgeleitet. Zudem werden die Chancen und Risiken sowie die Möglichkeiten der Erfolgsmessung, die im Web 2.0 zur Verfügung stehen, eingehend analysiert. Außerdem werden zukünftige Trends im Internetbereich sowie mögliche Entwicklungen im Online-Marketing aufgezeigt. Das Buch richtet sich an Marketingentscheider, Unternehmer sowie Wirtschaftswissenschaftler, die sich einen fundierten Überblick über die Marketingmöglichkeiten im Zeitalter des Web 2.0 verschaffen wollen. Über den Autor und weitere Mitwirkende Sven Allmer ist Diplom-Medienökonom (FH) und beschäftigt sich mit den Themen Marketing und Kommunikation. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Online-Marketing sowie Virales- und Mobile-Marketing.