

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
 Teil 1: Grundlagen des Mobile Marketing	 1
Die Zukunft des Mobile Marketing – ein Leitfaden für eine erfolgreiche Umsetzung <i>Bauer / Dirks / Bryant</i>	3
Trends und Strategien im Mobile Marketing <i>Schäfer / Toma</i>	17
Einflüsse des Mobile Commerce auf das Entscheidungsverhalten <i>Gröppel-Klein / Broeckelmann</i>	33
Der Situationsansatz als Erfolgsfaktor des Mobile Marketing <i>Link / Seidl</i>	51
Mobile Business Intelligence – Besonderheiten, Potenziale und prozess- orientierte Gestaltung <i>Bensberg</i>	71
 Teil 2: Managementkonzepte des Mobile Marketing	 89
Emotionale Kundenbindung im Mobilfunkmarkt <i>Bauer / Heinrich / Mühl</i>	91
Erfolgreiches Marketing im Mobilfunknetz <i>Bauer / Reichardt / Neumann</i>	109
Wann werden Mobile Marketing-Kampagnen akzeptiert? <i>Bauer / Neumann / Reichardt</i>	129
mCRM – Möglichkeiten und Grenzen eines modernen Kundenbeziehungs- managements <i>Silberer / Schulz</i>	149
Mobile Marketing im Multi-Channel-Marketing – Erfolgsfaktoren der Integration und Koordination <i>Wirtz / Ullrich</i>	165

Teil 3: Instrumente des Mobile Marketing	183
Akzeptanzsteigerung von mobilen Diensten im Fahrzeug – Die Rolle der Nutzerorientierung <i>Bauer / Schüle / Toma</i>	185
Konsumentenakzeptanz von Location Based Services <i>Bauer / Haber / Reichardt / Bökamp</i>	205
Web 2.0-Anwendungen im Kundenbindungsmanagement des M-Commerce <i>Möhlenbruch / Dölling / Ritschel</i>	221
Akzeptanz mobiler Kundenkarten – Konzeptionelle Überlegungen und empirische Befunde <i>Mann / Prein</i>	241
Kundeninteraktion über mobile Services im Handel <i>Rudolph / Emrich</i>	261
Mobile E-Mail-Marketing – Implikationen des zunehmenden Mobilabrufs von E-Mails für das traditionelle E-Mail-Marketing <i>Schwarz</i>	279
Mobile Viral Marketing – Ein State of the Art <i>Pousttchi / Turowski / Wiedemann</i>	289
Near Field Communication im Mobile Marketing – Einsatzmöglichkeiten und Akzeptanzchancen <i>Wiedmann / Reeh / Schumacher</i>	305
Autorenverzeichnis	327



<http://www.springer.com/978-3-540-85295-7>

Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing
Bauer, H.H.; Dirks, T.; Bryant, M. (Hrsg.)
2008, VIII, 331 S. 44 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-540-85295-7