
Inhaltsverzeichnis

1	Mobile Mediennutzung	1
1.1	Mobile Lifestyle	1
1.2	Mobile – Ein Definitionsversuch	2
1.3	Die Geburtsstunde der Smartphones	4
1.4	Der neue First Screen	5
1.5	Das persönlichste aller Endgeräte	6
1.6	iOS vs. Android	7
1.7	Apps sind das neue Internet	8
1.8	Social Media und Messenger	10
1.9	Personal Assistants and AI	12
1.10	Mobile Moments	14
1.11	Mobile in der Customer Journey	16
1.12	Mobile und das Internet of Things	18
	Literatur	20
2	Mobile Marketing	25
2.1	Die Pionierzeit	25
2.2	Mobile Marketing – Eine (Neu-)Definition	27
2.3	Formen und Ziele von Mobile Marketing	28
2.4	Integration in den Marketingmix	31
2.5	Crossmediales Marketing	33
2.6	Mobile in der digitalen Transformation	36
2.7	Anforderungen an die Unternehmensstruktur	38
2.8	Chancen und Herausforderungen	39
2.9	Status quo in Deutschland	41
	Literatur	43

3	Mobile Marketinginstrumente	47
3.1	Mobile Web	47
3.1.1	Mobile Website	48
3.1.2	Mobile Search	51
3.1.3	Mobile Shop	52
3.1.4	E-Mail	53
3.2	Mobile App	54
3.2.1	Konzeption	55
3.2.2	User Experience	56
3.2.3	Entwicklung	57
3.2.4	App Store	58
3.2.5	Nutzergewinnung (User Acquisition)	59
3.2.6	Facebook App Install Ads	63
3.2.7	Analyse und Erfolgsmessung	64
3.2.8	Nutzerbindung und Push-Benachrichtigungen	67
3.3	Mobile Advertising	68
3.3.1	Kampagnenplanung und KPIs	69
3.3.2	Werbeformate und Gestaltung	70
3.3.3	Cookies und Mobile Advertising ID	73
3.3.4	Landingpages	75
3.3.5	Aussteuerung und Targeting	76
3.3.6	Programmatic Advertising	78
3.3.7	Einsatz von Daten	82
3.3.8	Werbewirkung und -akzeptanz	84
3.4	Proximity Marketing	87
3.4.1	Location-Based Marketing	88
3.4.2	Beacons	91
3.4.3	QR-Codes	92
3.4.4	NFC	93
3.4.5	Mobile Payment	94
3.5	Mobile Social Media und Content	96
3.5.1	Social-Media-Seiten	96
3.5.2	Posts und Mobile Content	98
3.5.3	Social Media Ads	100

Inhaltsverzeichnis	XIII
3.6 Mobile Messaging	101
3.6.1 SMS/MMS	101
3.6.2 Messenger und Chatbots	102
3.6.3 Personal Assistants	104
Literatur	105
Stichwortverzeichnis	111

Mobile Marketing

Grundlagen, Strategien, Instrumente

Rieber, D.

2017, XV, 113 S. 23 Abb. Book + eBook., Softcover

ISBN: 978-3-658-14776-1