

Praxisleitfaden Mobile Marketing

23.07.2007, 11:30 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Initiative Voice Business*



Absatzwirtschaft startet gemeinsam mit den Beratungshäusern Mind und Strateco Marktumfrage zum Mobile Marketing

Düsseldorf – Die mobile Kommunikation ist durch den Handy-Siegeszug längst den Kinderschuhen entwachsen. Im Marketing-Mix der Unternehmen ist davon allerdings kaum etwas zu spüren. Während sich Spezialisten und Pioniere des Mobile Marketings schon seit Jahren mit dem Medium auseinandersetzen, muss aus Sicht der Wirtschaft noch Know-how aufgebaut werden, damit sichere Entscheidungen über Investitionen getroffen werden können.

Aus diesem Grund hat die Fachzeitschrift absatzwirtschaft mit den Marktforschern von mind Business Consultants und Strateco eine umfassende Befragung von Pionieren, Marktexperten und Anbietern mobiler Services gestartet. „Der Praxisleitfaden Mobile Marketing soll erstmals Entwicklungsstand, Erfolgsfaktoren und Einführungsstrategien und die wichtigsten Mobile Trends aus Sicht werbetreibender Unternehmen darstellen. Bisher fehlt es eindeutig an Markttransparenz und einer realistischen Bestandsaufnahme aus Sicht der werbetreibenden Unternehmen“, erläutert Christian Thunig, stellvertretender Chefredakteur der absatzwirtschaft, die Ziele der Marktuntersuchung.

Für den Studienautor Bernhard Steimel, mind Business Consultants, steht denn auch die Praxisrelevanz der Studie im Vordergrund: „Wir wollen eine Orientierungshilfe für Investitionsentscheidungen und Anbietersauswahl bieten. Konkret heißt das, quantifizierbare und nachprüfbar Ergebnisse in unterschiedlichen Einsatzfeldern zu liefern, alle relevanten Interaktionsmöglichkeiten im Mobile Business zu berücksichtigen und dabei ein realistisches Bild über Möglichkeiten und Grenzen für den Marketing-, Vertriebs- und Kundenservice-Einsatz zu vermitteln.“

Autor Jens Klemann, Strateco, ist sicher, dass der Praxisleitfaden Mobile Marketing breites Interesse finden wird: „Die hier erhobenen Daten und Erkenntnisse sind nicht nur für Unternehmen, die Mobile Services für Marketing, Vertrieb und Kundenservice einsetzen wollen, sondern auch für die Akteure im Mobile Marketing von prinzipiellem Wert.“ Die Medien- und Content-Industrie, Marketing-Agenturen und Berater, Multimedia-Agenturen ebenso wie Applikationsentwickler, Service Provider, Infrastruktur-/Netzbetreiber, Endgeräte-Hersteller, Systemintegratoren sowie Investoren und Finanzanalysten fänden in diesem Praxisleitfaden praxisnahes Know-how und Analysen mit zielführenden Handlungsoptionen und Strategieansätzen.

Die Studie erscheint in der Studienreihe der Absatzwirtschaft. Die Printversion ist kostenpflichtig. Die PDF-Version kann kostenlos herunter geladen werden. „Damit wollen wir sicherstellen,“ so Marketingexperte Thunig, „dass der Praxisleitfaden Mobile Marketing größtmögliche Verbreitung findet und mit dazu beiträgt, dass möglichst viele Unternehmen die Chancen der mobilen Kundenkommunikation auch für Ihr Marketing einsetzen können.“ Bernhard Steimel dazu: „Erste Ergebnisse des Praxisleitfadens Mobile Marketing werden bereits auf der OMD (Online Marketing Düsseldorf) der Öffentlichkeit vorgestellt; die Studie erscheint dann im Oktober und wird im Workshop „Mobile Services“ auf den Voice Days am 17/18.10.2007 www.voicedays.de/campus der Öffentlichkeit präsentiert.“

Weitere Informationen finden Sie unter: www.absatzwirtschaft.de/mobile-marketing und www.praxisleitfaden-mobile.de

Über den Inhalt des Praxisleitfadens:

Der Praxisleitfaden beschreibt zunächst die Dimensionen des Mobile Mediums und bietet eine Übersicht der Betrachtungsebenen von ‚Mobile‘ und dem derzeitigen Stand der Technik. Darauf aufbauend werden die relevanten Aktionsparameter für Mobile Marketing dargestellt. Dabei wird auf aktuelle Stolpersteine und Einsatzhürden genauso eingegangen wie auf die Frage, welche Anwendungen/Kampagnen hohen Kundennutzen versprechen und somit echtes Marktpotenzial haben.

Eine empirische Untersuchung der werbetreibenden Unternehmen, die das Medium in ihr Marketing bereits integriert haben, zeigt den aktuellen Status Quo in den verschiedenen Einsatzfeldern, liefert wertvolle Benchmarks und gibt eine Einschätzung des aktuellen Planungshorizonts. Basierend auf Experten-Interviews gibt das folgende Kapitel dann konkrete Hilfestellungen und Checklisten für die Planung von Mobile Marketing-Maßnahmen und stellt die ersten Schritte ebenso wie Erfolgsfaktoren und Stolpersteine für die wichtigsten Einsatzfelder dar.

Darüberhinaus werden auf Basis der aktuellen Marktentwicklung die wichtigsten Trends dargestellt und ein Ausblick gewagt, wie sich das Mobile Marketing in Zukunft entwickelt wird, sofern die wichtigsten Hemmschuhe erfolgreich eliminiert werden. Den Abschluss bietet schließlich ein umfassender Wegweiser durch den Anbieter-Dschungel. Erscheinungstermin: Oktober 2007; Erste Ergebnisse werden bereits zur OMD Ende September präsentiert. Umfang ca. 100 Seiten.

Pressekontakt:

Bernhard Steimel, Initiative Voice Business, C/o mind Business Consultants
Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany
Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web <http://www.mind-consult.net>

absatzwirtschaft - Zeitschrift für Marketing

Die absatzwirtschaft, Deutschlands führende Zeitschrift für Marketing, stellt die gesamte Praxis des modernen Marketing dar. Sie zeigt monatlich die neuesten Entwicklungen und Trends auf und erläutert zukunftsichere Marketinginstrumente verständlich und präzise. Inhaltlich konzentriert sich das Marketing Know-how in den vier Kernrubriken Marketing Leadership, Marketing Business, Marketing Wissen und Marketing Karriere.

Der Internetauftritt www.absatzwirtschaft.de bietet News und Wissen sowie zahlreiche Services rund um das Marketing. So helfen relationale Datenbanken unter anderem bei der Suche nach Dienstleistern, Ansprechpartnern fürs Business, Dissertationen, Jobs. Der Anschluss an Deutschlands führende Wirtschaftsdatenbank GENIOS ermöglicht weiterführende Recherchen. Die Science Factory präsentiert als Online-Zeitschrift aktuelle Forschungsergebnisse für die Marketing-Praxis.

Portrait

STRATECO

steht für ein hochmotiviertes, aussergewöhnliches Team von Beratern, Kreativen und Entwicklern, die sich als Wegweiser für Ihren Unternehmenserfolg sehen. Getreu dem Leitsatz "Unsere Kompetenz ist Ihr Wettbewerbsvorteil" erarbeiten wir Antworten auf Ihre Unternehmensfragen. Außergewöhnliche Methoden und Ideen lassen STRATECO zu einer echten Alternative im Beratungs und Agentur-Markt werden - die Kombination aus fachlicher und methodischer

Kompetenz, Innovationsvermögen, kreativen, gleichzeitig aber anwendbaren und lösungsorientierten Konzepten steht für eine neue Generation von Beratungsagentur, bei der Sie sich in allen Fragen Ihrer Unternehmensentwicklung bestens aufgehoben fühlen können.

www.strateco.de

News-ID: 147806 • Views: 1897 (Stand: 04.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/147806/Praxisleitfaden-Mobile-Marketing.html>