

03.11.2017 - 16:45 Uhr

Mobile Marketing: Herausforderungen und Chancen für Werbetreibende

Zürich (ots) -

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache. Es greifen mehr Menschen mit ihren Smartphones auf das Internet zu als mit Desktopgeräten. Nicht nur die Anzahl, sondern auch die zeitliche Nutzung übertrifft die der Desktopgeräte, und das bereits seit letztem Jahr.

Morgens nach dem Aufstehen, auf dem Weg ins Büro, während der Mittagspause, auf dem Heimweg sowie als Second Screen neben dem TV - das Smartphone begleitet uns heute über den gesamten Tag. Hinzu kommen die Zeiten am Tablet, am Bürocomputer und vor dem Laptop zuhause. Man spricht von einer Multi-Plattform-Nutzung.

Diese komplexe Situation beschäftigt Marketers in vielerlei Hinsicht. Ich möchte fünf Punkte herausgreifen.

Geschwindigkeit: Der schnelle Zugriff vom Smartphone auf Websites ist ein immer bedeutsamerer Erfolgsfaktor. Je länger ein Nutzer auf den Aufbau einer Website warten muss, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass er den Prozess abbricht. Mit Tools wie «testmysite.withgoogle.com» versucht Google das Bewusstsein für diese Tatsachen zu schärfen. Google war mit seinem AMP-Projekt (Accelerated Mobile Pages) Vorreiter der Mobil-Optimierung und möchte sein Konzept eines schlanken HTML-Derivats als Standard durchsetzen. ...

Weiterlesen im heute erschienenen Werbewoche-Branchenreport "Media Trends II" 18/2017, Werbewoche.ch.

Kontakt:

Anne-Friederike Heinrich
Chefredaktorin Werbewoche / Werbewoche Branchenreports
Neugasse 10, Postfach 1753, 8031 Zürich
Telefon: +41 44 250 28 00
f.heinrich@werbewoche.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008531/100808846> abgerufen werden.