

Inhalt

Einleitung — 1

1 Das richtige Produkt entwickeln im digitalen Markt – Strategie und Methode — 7

2 Mobile Publishing – So entwickelt sich der Markt — 16

- 2.1 Der Markt für Endgeräte — 16
- 2.2 Die Kunden: Wie nutzen die Personen die Geräte?
Was machen Sie im Netz? Wie verändert sich der Arbeitsplatz? — 20
- 2.3 E-Reader, Tablets oder Smartphones? — 23
- 2.4 Die Ökosysteme der global player:
Wie spielen die Ökosysteme von Apple, Amazon, Google und anderen zusammen? — 24
- 2.5 Andere Anbieter von Inhalten: Jeder ist ein Verleger — 42

3 Mobile Publishing – Die Technologien zur Umsetzung — 50

- 3.1 eBooks — 50
- 3.2 Apps — 56
- 3.3 Enhanced eBooks — 65
- 3.4 Einsatz-Szenarien für Verlagsprodukte — 76
- 3.5 Vergleich der verschiedenen Ansätze,
Kombinationsmöglichkeiten — 78
- 3.6 Marktentwicklung und Trends in der technischen Entwicklung — 81
- 3.7 Strategische Empfehlungen — 84

4 Das richtige Produkt entwickeln – Das ist die Zielgruppe — 87

- 4.1 Die Definition der Zielgruppe — 88
- 4.2 Daten, Daten, Daten — 89
- 4.3 Die soziologische Betrachtung – Sag mir, mit wem du gehst, und ich sage dir, wer du bist — 92
- 4.4 Die Tätigkeitsbeschreibung: Ich bin, was ich tue — 100
- 4.5 Das Nutzungsverhalten: Zeig mir, wie du surfst und ich sage dir, wer du bist — 105
- 4.6 Der bewusste, unbewusste Wunsch – oder was treibt den Kunden wirklich um? — 106
- 4.7 Zusammenfassung — 111

5 Das richtige Produkt entwickeln – Dieses Produkt will der Kunde — 112

- 5.1 Auf welchen Geräten erreiche ich meine Kunden? – Die Kennzahlen aus dem Markt — 113
- 5.2 Mit welchen Produkten erreiche ich meine Kunden? Die tausend Möglichkeiten, die bisherigen Produkte besser zu machen — 119

6 Das richtige Produkt entwickeln – So erreiche ich den Kunden — 125

- 6.1 Was will mein Kunde und wie binde ich ihn an mich?
Der Weg führt über „Big Data“ — 128
- 6.2 Was muss ich wissen? — 129
- 6.3 Welche Arten von Daten soll man sammeln? — 130

6.4	Program follows data —	131
6.5	Den Kunden kennen —	132
6.6	Distribution ist nur ein Teil des Kundenkontakts – Social Media —	133
6.7	Social Media Marketing —	135
6.8	Die Vermarktung von Apps —	137
6.9	Crossmediales Marketing – Content Marketing – Co-Creation... —	140
6.10	Zusammenfassung —	142

7 Das richtige Produkt entwickeln – So rechnet sich das — 143

8 Epilog – die Umsetzung — 148

8.1	Was muss ich machen, um überlebensfähig zu sein? —	148
8.2	Was passt zu meinem Unternehmen, meinen Fähigkeiten und meiner DNA? —	149
8.3	Welche Werkzeuge brauche ich dafür? —	149

Literaturverzeichnis — 150

Über die Autoren — 153