

- Preis hat im Mobile Business eine herausragende Bedeutung
- bei Preisänderungen herrscht im Mobile Business eine viel höhere Dynamik als im klassischen Online-Handel
-  Wie kann dies begründet werden?
- Preisreduzierungen werden im Mobile Business werden nicht nur isoliert, sondern auch in Kombination mit anderen Parametern
 - Künstliche Verknappung von Ware mit stark reduzierten Preisen
➔ Kunden kaufen unabhängig vom tatsächlichen Bedarf
 - Powershopping
 - Auktionen

Bargaining und Couponing

- Bargaining-Geschäftsmodelle werden zusätzlich zum normalen Geschäftsbetrieb und Sortiment angeboten
-  Welche Geschäftsmodellinnovationen stellen den Bestpreis in den Vordergrund?
- Couponing ist besonders in Multi-Channel-Systemen geeignet, den mobilen Kanal und den stationären Handel wechselseitig zu beflügeln
- Couponing ist sehr gut messbar, schont die Preise des stationären Handels und ist verkaufsfördernd

Virtuelle Gutscheine und Bonuskarten

- Kunden erhalten Rabattgutscheine auf das Smartphone → besonders in Kombination mit LBS sehr interessant
- ideale Verknüpfung von Online- und Offline-Kanälen
- virtuelle Bonussysteme → www.checkpoint.com

 Welche Anforderungen sind bei virtuellen Gutscheinen zu beachten?

- neben einer eigenen Community oder sozialen Gruppe → Nutzung externer Internet-Gemeinschaften für Werbezwecke
- Erschließen und Ausschöpfen von Kundenpotentialen über externe Internet-Gemeinschaften → Societing

Crowdsourcing und Outernet

- Crowsourcing = Externalisierung von Unternehmensleistungen an Kunden
- vorrangiges Ziel: Kundenbeteiligungen

 Welche Einsatzbereiche existieren für User Generated Content im Mobile Business?

Mikroblogging und Twitter

- Mikroblogging ist nach wie vor ein stark diskutiertes Thema im Mobile Business
- technische Sicht: angesiedelt zwischen Instant Messaging und Weblogs
- Mikroblogs ermöglichen schnelle Vernetzung untereinander

 Welche Vorteile bietet der Microblog Twitter?

Group Deals und Community-driven Shopping

- Collective Buying und Daily Deals liegen voll im Trend

 Wie wird dies bei Groupon umgesetzt?

- Community-driven Shopping: Unternehmen wie Etsy oder Dawanda
- Einkauf nur von Kunden, die sich vorher angemeldet haben → muss jedoch von einem Freund eingeladen sein
- Exklusivität steht im Vordergrund → Schwerpunkt liegt auf Marken-, Mode und Lifestyle-Produkten
- üblich sind 5 Aktionen pro Woche → Clubmitglieder werden per eMail informiert

Gamification im mobilen Internet

- Trend zu eGames greift auf neue Geschäftsmodelle über
- Integration von Spielemechanismen in nicht spielbezogenen Handlungen

 Welche drei Perspektiven sind denkbar?

- Mobile-Navigation und Mobile-Usability müssen im Rahmen des Mobile Business verstärkt beachtet werden
- Instrument des Eye-Tracking ist zur Analyse des Benutzerverhaltens auf einer mobilen Anwendung geeignet

 Welche Fragen kann dieses Instrument beantworten?

- zentrale Bedeutung haben folgende Orientierungshilfen:
 - Logo oben links verweist auf die Homepage
 - Klick auf Logo sollte von jeder Webseite der Homepage führen
 - Rechte obere Ecke ist Suchfunktion
 - Breadcrumb-Funktion sollte anzeigen, wo sich der Kunde innerhalb der Webseite befindet

- generelle Seitenstruktur und Nutzerführung
 - Seiteninformationen
 - URL-Design
 - Navigationsmuster
 - Seitenaufbau
- inhaltliche Struktur
 - Priorisierung und Aufbereitung
 - Kopfzeilen, Fußzeilen und Fußnoten
 - weiterführende Informationen und Kennzeichnung von Links
 - Bilder

- wesentlicher Grund für die Nichtnutzung des mobilen Internets sind Fehler in der Barrierefreiheit
- rechtliche Situation: Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen (BGG)
- Ziel des BGG: Vermeidung und Beseitigung von Benachteiligungen behinderter Menschen sowie die Realisierung einer gleichberechtigten, selbst bestimmten Teilhabe am gesellschaftlichen Leben
- technische Unterstützung des barrierefreien Internet-Zugangs:
 - variable Schriftskalierung
 - verstärkte Kontraste
 - Einsatz von Gebärdensprachenvideos
 - geistige behinderte Menschen: Einsatz von einfacher Sprache, Symbolen, Grafiken, Gebrauch von Farben als Orientierung