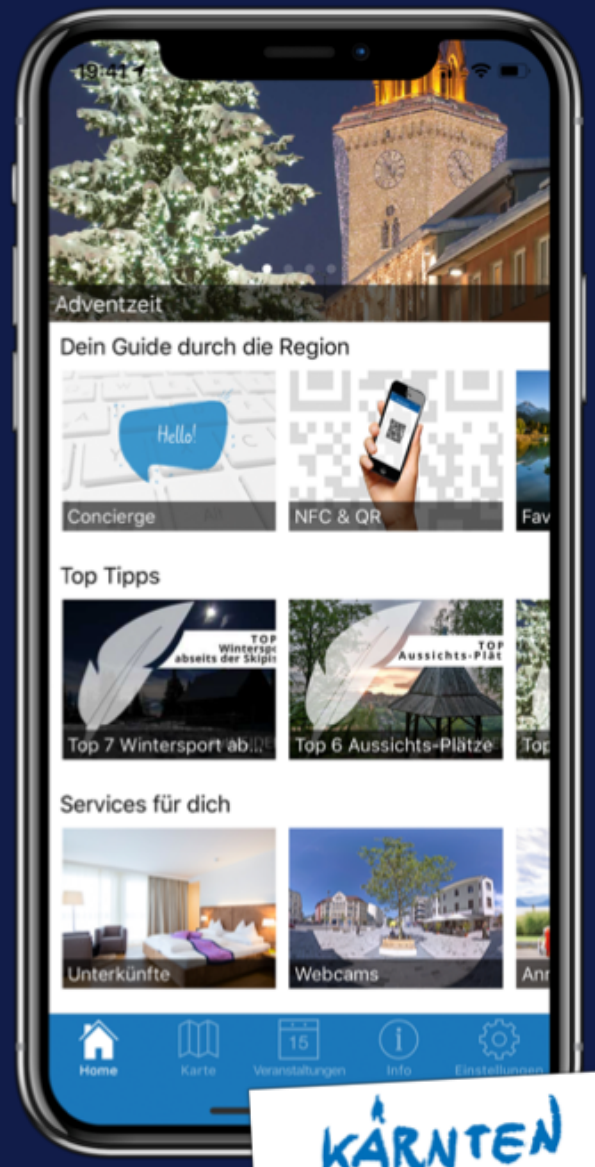
xamoom

Willkommen

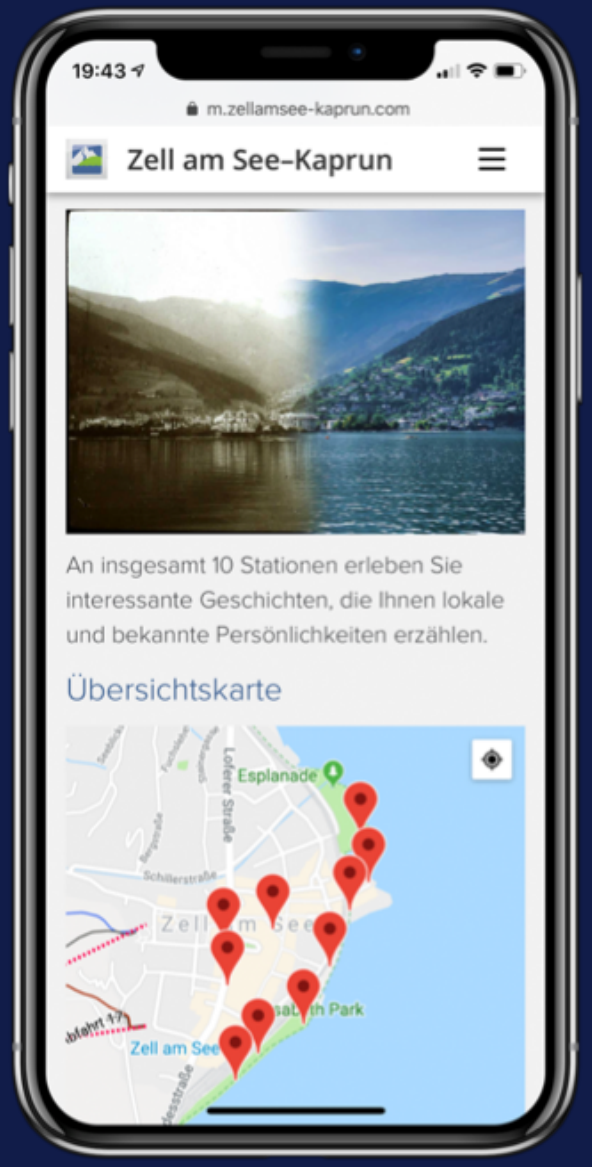
Mobile Content Day

Fall 2018

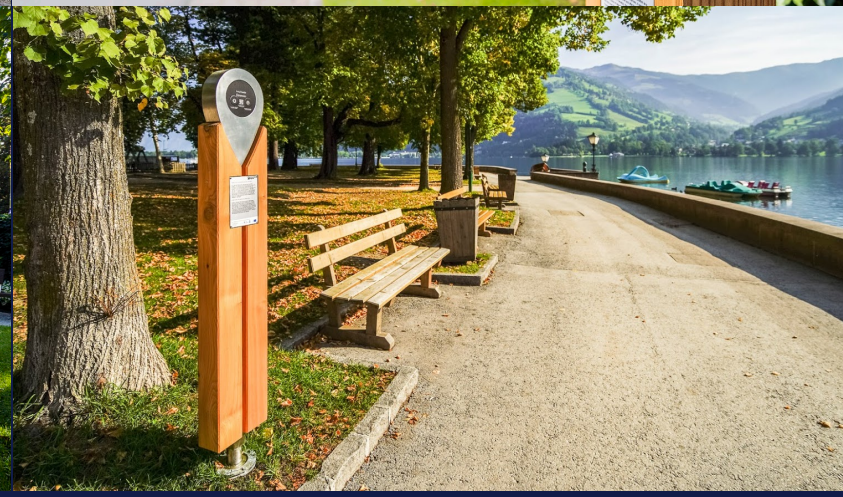


KÄRNTEN
Villach
Faaker See
Ossiacher See

SALZBURGERLAND



Zell am See
Kaprun



Projekt: Virtual Tour Zell am See

- TVB Zell am See-Kaprun
- Saint Elmo‘s Travel/Tourismusdesign (Konzept & Inhalte)
- Porsche Design
- xamoom

Neue Adresse: Villacher Straße 51
Roscom
Villacher Straße
Tarviser Straße
Seelsorgeamt der Diözese Gurk
Filialkirche Christkönigskirche
Ferdinand-Jaglitsch-Straße
xamoom

xamoom

More.

Driving mobile usage

Mobile Content Day

Fall 2018

Der Mobile Content Day | Fall 2018

1

Intro

State of the Mobile
– Zahlen, Daten & Fakten
– Trends & Richtung

Demo: iPhone & NFC

2

More. Driving mobile usage.

Start & Strategie

Go to market

Engagement

Content

3

xamoom

xamoom 9.0

Context Intelligence

xamoom 10.0 & beyond

Lunch Break

Coffee Break

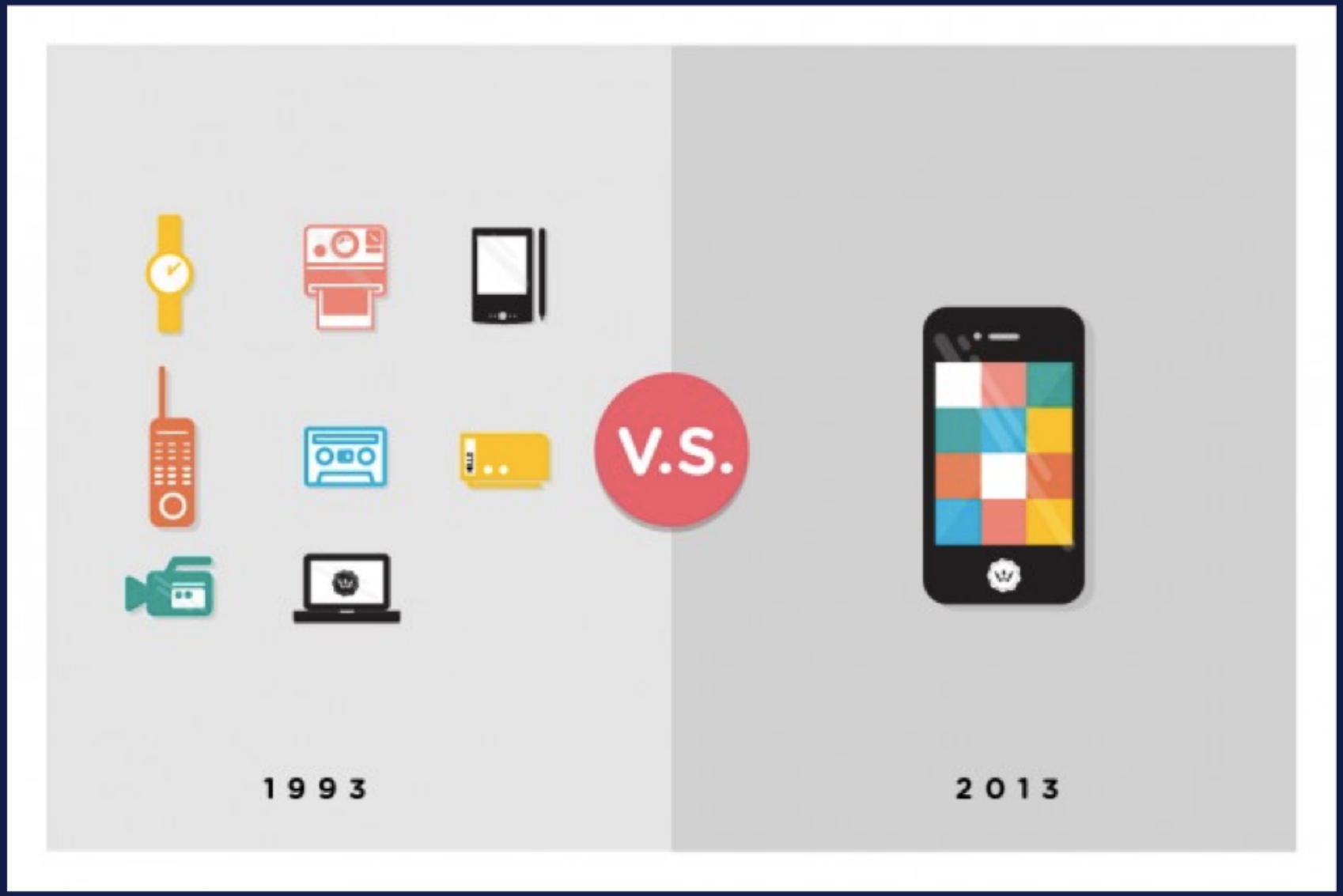
xamoom

Zahlen & Fakten

Intro

Georg Holzer

xamoom



Vorteile im Vergleich zu anderen Medien:

- Immer mit dabei, 24/7
- Vielfältige Features, die sich im Marketing nutzen lassen
- Rückkanal, nicht nur Broadcast-Medium
- Erfolg und Attribution messbar
- Multimedial und mehrsprachig

xamoom

Aufs Handy verzichten? Nie!

Mehr als
3 von 10

Personen würden aufhören, Freunde zu treffen

Fast
ein Drittel

der Amerikaner würde lieber auf Sex verzichten

Genau
45%

der Befragten würden auf Urlaub verzichten

Mehr als
55%

würden lieber 12 Monate lang darauf verzichten, essen zu gehen

BCG

xamoom

Griff zum Handy in den ersten 5 Minuten nach dem Aufwachen

Developed Markets: 33%
Developing Markets: 50%

Griff zum Handy in der Nacht

Developed Markets: 40%
Developing Markets: 70%

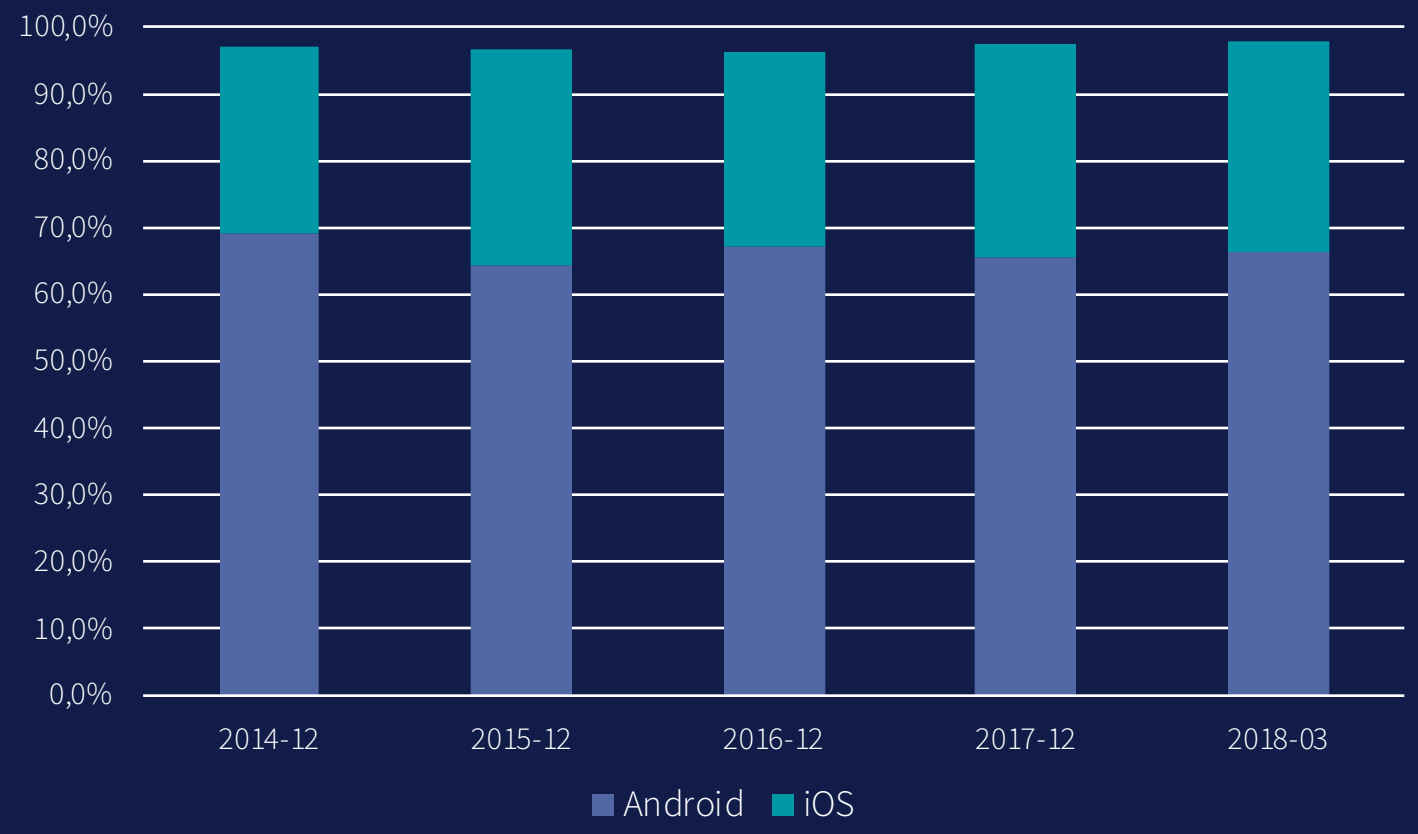
Griff zum Handy öfter als 50 Mal pro Tag

Developed Markets: 17%
Developing Markets: 29%

Deloitte.

xamoom

Android vs. iOS in Österreich



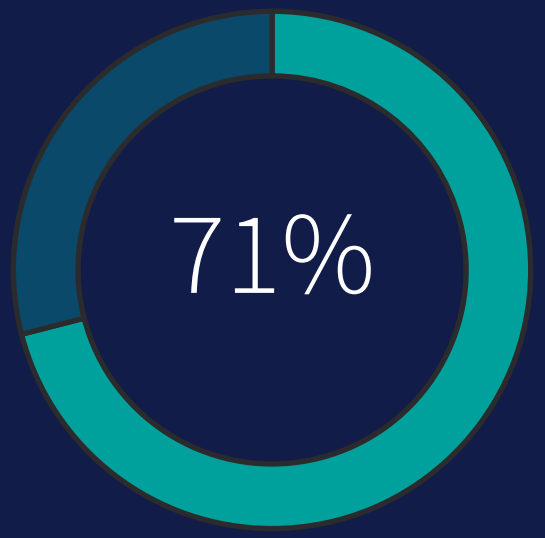
März 2018 im Überblick

	Android	iOS
Global	74,2%	20,8%
Europa	69,8%	28,4%
Österreich	66,3%	31,6%

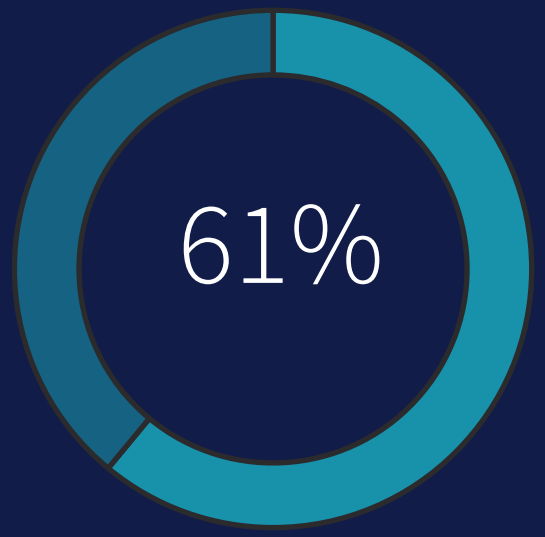
statcounter

xamoom

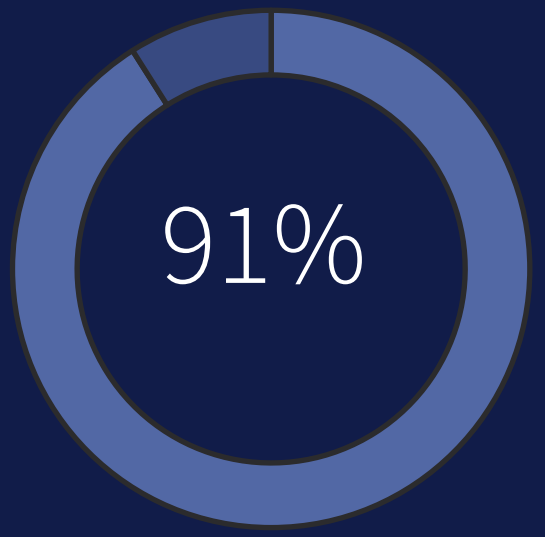
2016 überholte Mobile das stationäre Internet



USA



UK

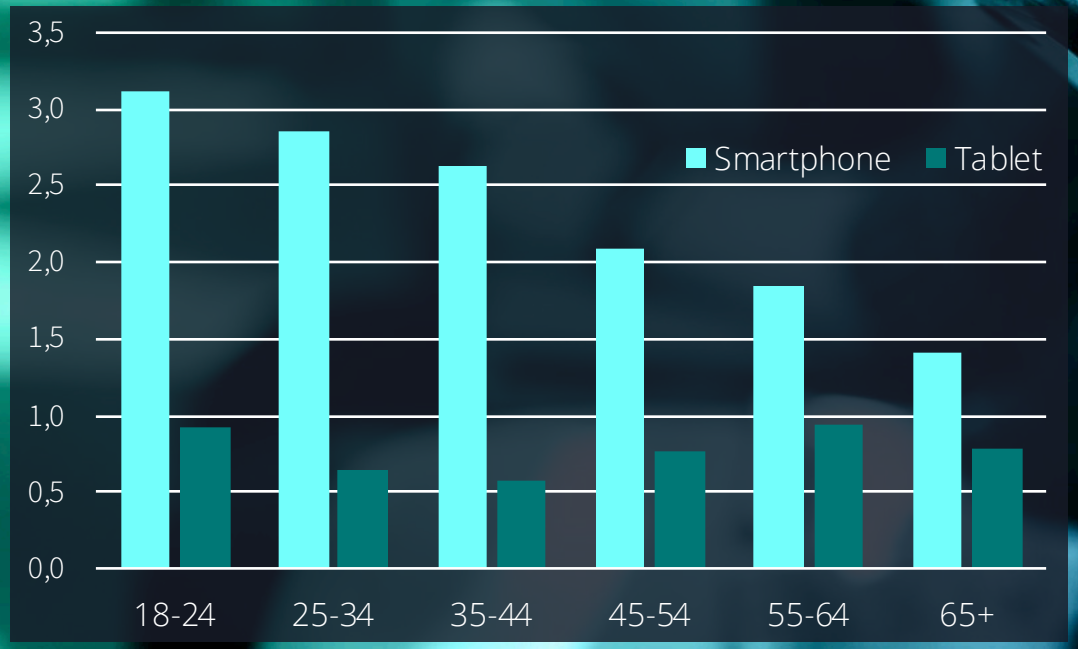


Indonesien

comScore Stand: Dezember 2017

xamoom

Durchschnittliche mobile Mediennutzung pro Tag: 3+ Stunden

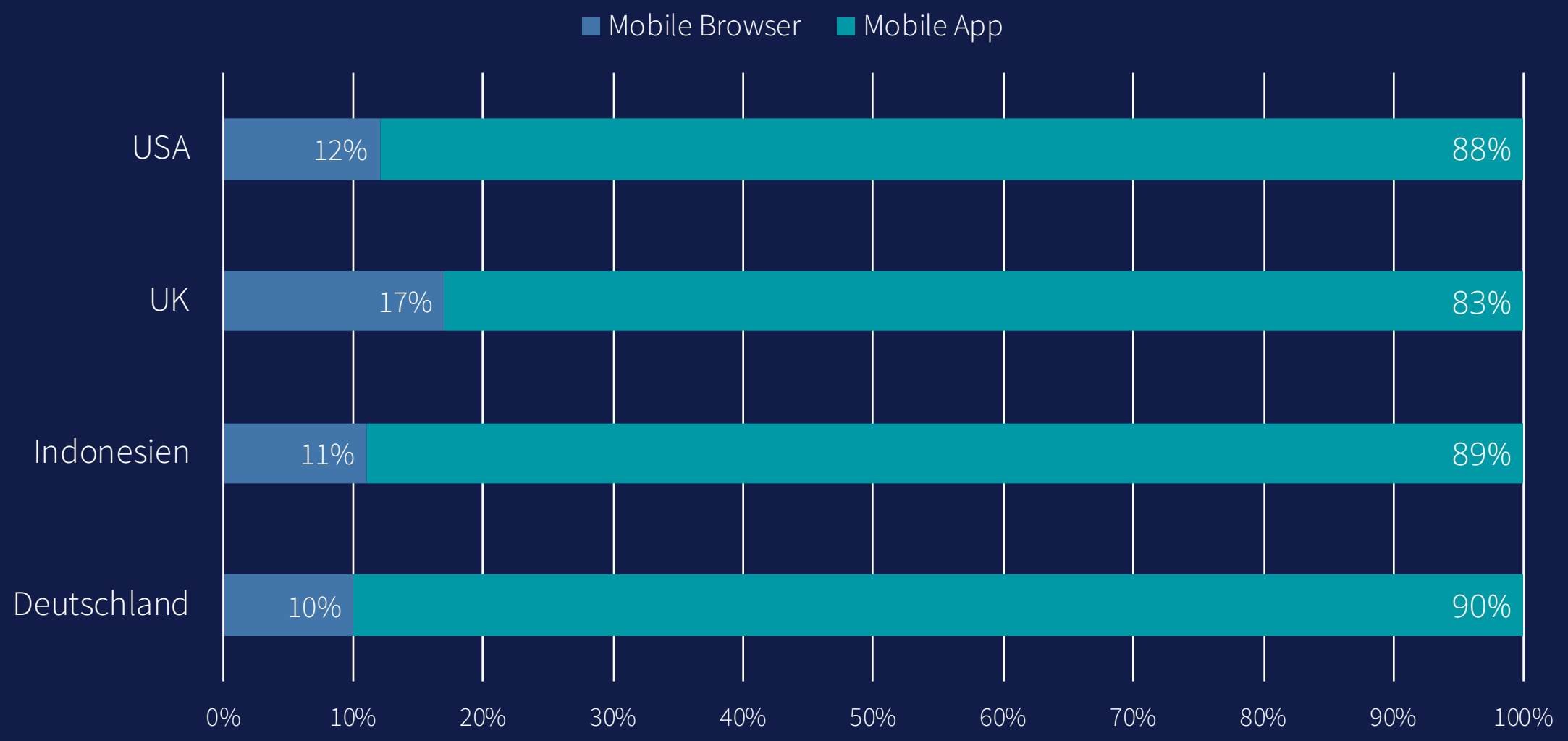


comSCORE

xamoom

7 von 10 YouTube-Minuten werden am Smartphone konsumiert
xamoom

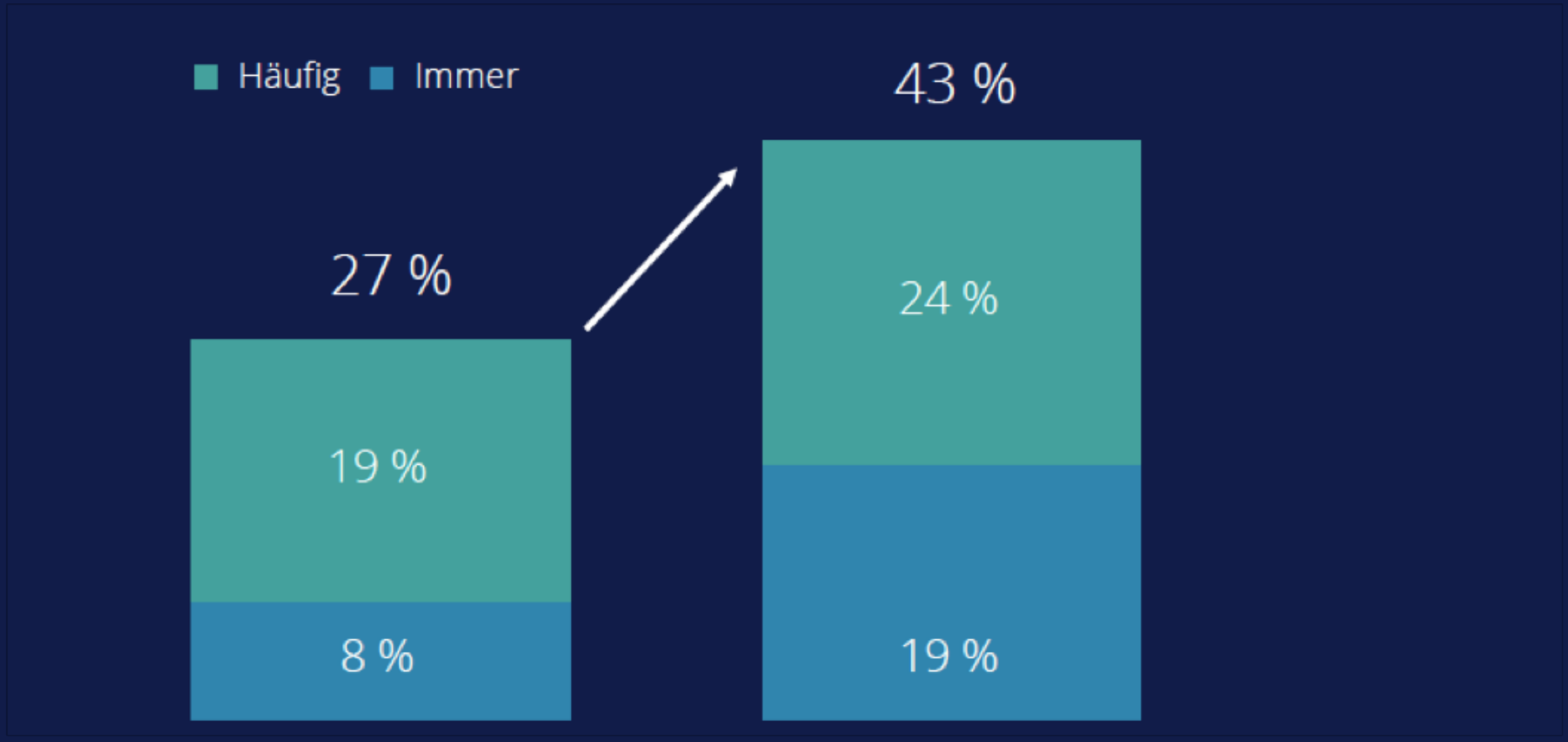
Wir sind im App-Zeitalter



comScore Stand: Dez 2017

xamoom

Wie oft werden Push-Nachrichten von Apps akzeptiert?



comScore

xamoom

Nutzung in Österreich

13% nutzen NFC

53% der App-User nutzen Push-Funktionen

77% der App-User nutzen GPS

79% nutzen Bluetooth

97% der Smartphone-User nutzen WLAN unterwegs

MMA Stand: Dezember 2016

xamoom

Summary und Key Findings

- Mobile First ist keine Option
  - es ist ein Muss
- Es ist kein „Entweder-Oder“
  - sowohl Android als auch iOS
- Es ist kein „Entweder-Oder“
  - sowohl App als auch Mobile Web

ABER: Mobil erfolgreich zu sein, ist hart. Der Teil 2 wird das zeigen.

xamoom

Treiber & Trends

Intro

Bruno Hautzenberger

xamoom

Voice Assistants & Chat-Bots

Die „natürliche Art“, mit Elektronik zu interagieren. Hemmschwelle ZERO.

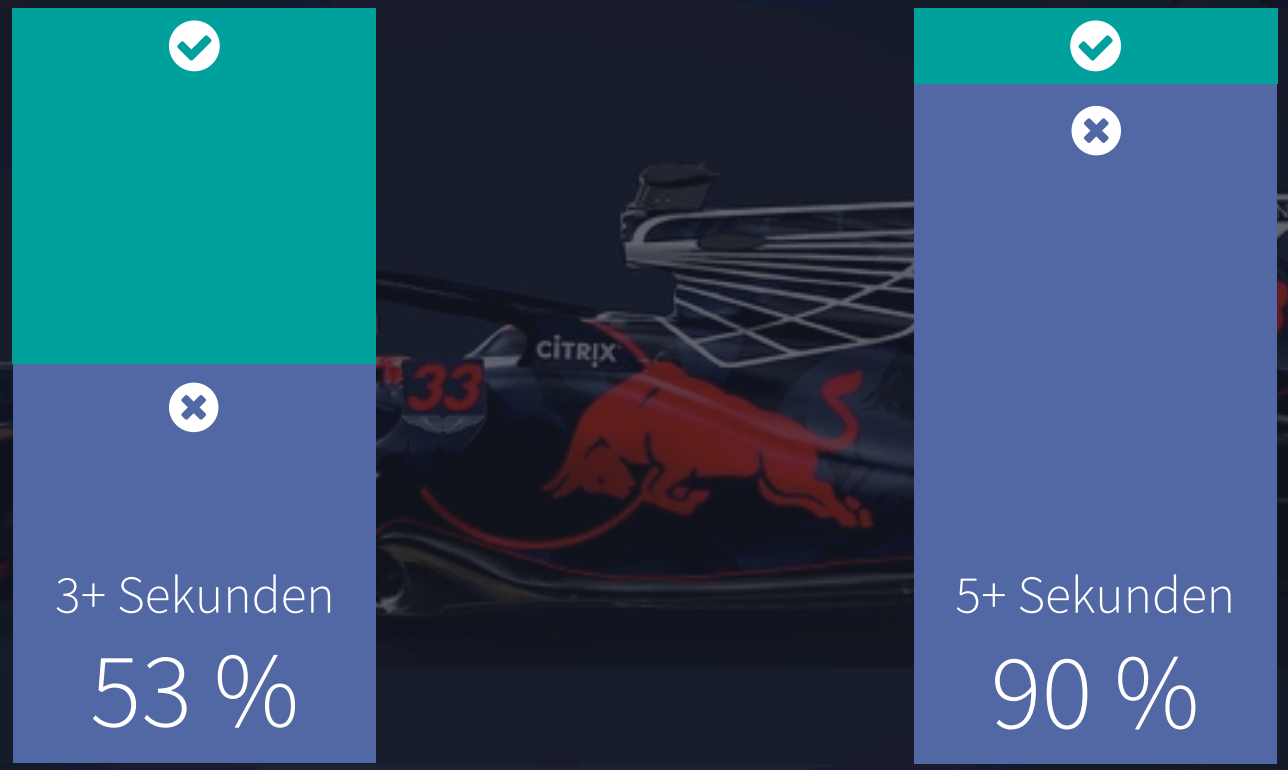
amazon alexa

Bixby

xamoom

Es kommt auf den Speed an

Absprungraten steigt rasant, wenn man zu lange warten muss. Bei über 3 Sekunden sind bereits 50 % weg.



Google/Soasta Research, 2017

xamoom

Das Wachstum in den App-Stores ist zu Ende

Apps treiben nach wie vor die Nutzung, aber ohne Ergänzung durch das mobile Web geht es nicht mehr.

xamoom

Die Funk-Zukunft

LTE bringt zumindest bei A1 Entlastung am Land. 5G steht in 2 Jahren an.

xamoom

Personalisierung ist Trumpf

Smarte Algorithmen, künstliche Intelligenz und Machine Learning

Steuerung von Besucherströmen

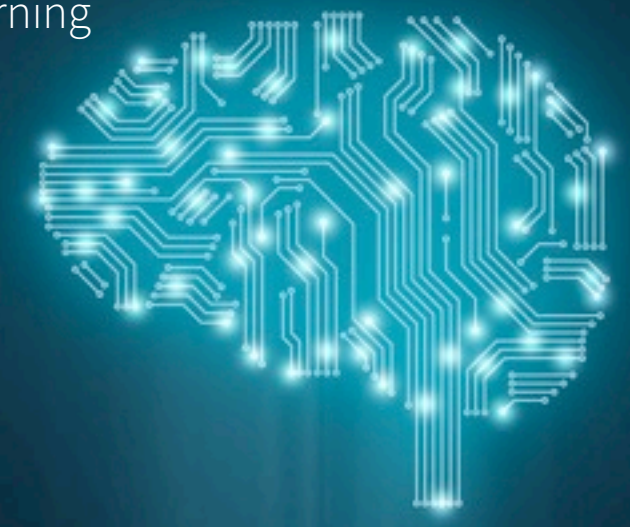
Big Data

Personalisierte Empfehlungen

Predictive Revenue

Beacon Management

Context Intelligence



powered by

TensorFlow

xamoom

Weil Social Traffic teuer wird -> eigene Kanäle mit eigener Botschaft

iPhone & NFC

Intro

Georg Holzer

xamoom

Darauf haben wir haben laaaaaaange gewartet

Endlich zieht Apple mit Android gleich. NFC ohne App.

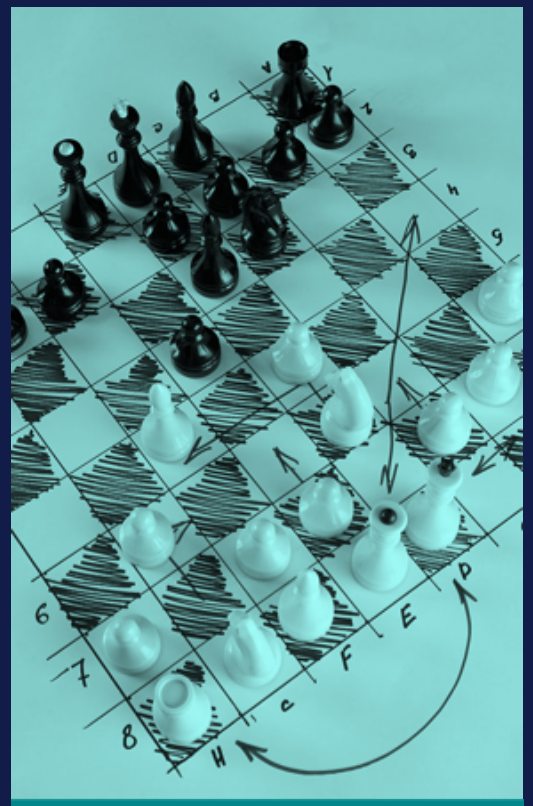
iPhone 7
From
$449
iPhone 8
From
$599
iPhone X R
From
$749
iPhone X S
From
$999
X S Ma
From
099

xamoom

Mahlzeit

xamoom

More. Mobile Nutzung treiben.



Mobile Strategie

Marketing

Engagement

Content

xamoom

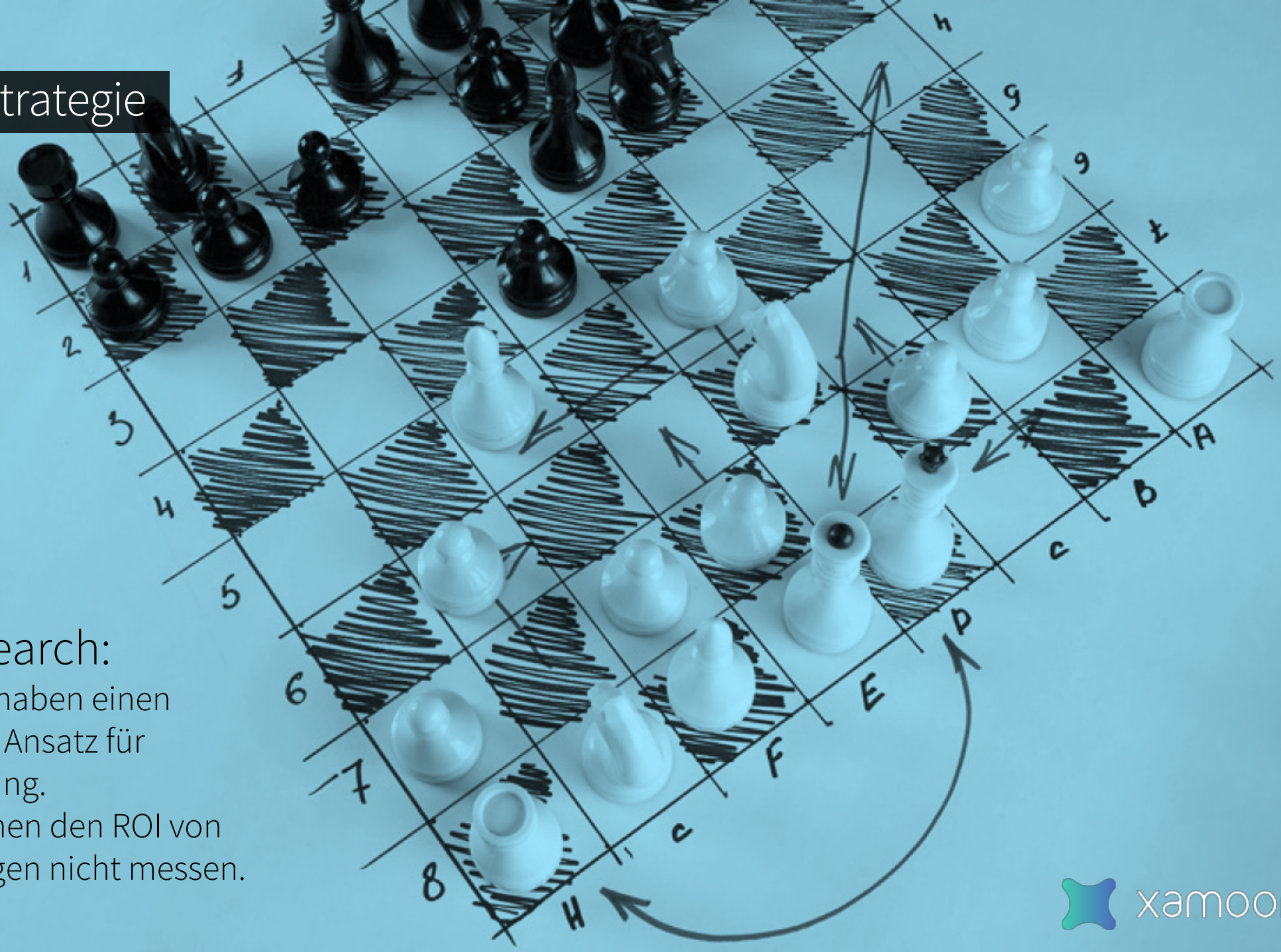
Start & Strategie

More. Mobile Nutzung treiben.

Georg Holzer

xamoom

Eine mobile Strategie



Forrester Research:

- Nur 13 Prozent haben einen systematischen Ansatz für mobiles Marketing.
- 67 Prozent können den ROI von mobilen Lösungen nicht messen.

xamoom

Ziele definieren!

Ziele können vielfältig sein und mobile kann viel:

- Mehr Umsatz für sich selbst
- Mehr Umsatz für Mitgliedsbetriebe
- Bessere Information
- Lebenslust versprühen/Image gerecht werden
- Auslastung in der Gastronomie verteilen
- für Überraschungen sorgen
- Kosten senken
- Zufriedenheit steigern
- Antwortzeiten minimieren

xamoom

Es sind Ressourcen nötig

Haben wir die richtigen Leute?

Haben wir die nötigen Skills?

Wo können wir das zukaufen/lernen?

Haben wir die notwendigen Mittel?

xamoom

Einfach anfangen

Nie alles auf einmal.

- Vielleicht ist eine App das falsche Mittel. Wer will bei dieser Erkenntnis schon 100.000 Euro ausgegeben haben?
- Keiner weiß, welches Feature wirklich gebraucht und geliebt wird
- Mit der Zeit von Nutzern lernen
- In Etappen anzubieten: schneller fertig, mehr Updates (gut für ASO)

xamoom smart app: Pilot <10.000 €/Jahr

xamoom

Ohne Ownership kein Erfolg

Was muss ein Chief Mobile Office können?

- Muss getrieben sein vom Erfolg
- Daten generieren und auswerten
- Medienaffin (Audio, Video, Text)
- Experimentierfreude
- Mobile First Mindset

xamoom

Think Mobile First

Es ist das einfachste der Welt!

- Ort aufsuchen
- In andere hineinversetzen
- Fragen stellen:
  - Wird das Handy hier genutzt (Supermarktkasse vs. Bar)?
  - Was könnte hier jemand wissen wollen?
  - Wie kann man jemanden hier helfen?
  - Welche Medienform (Audio, Text, Link, Karte …) ist in dieser Situation ideal?

xamoom

Marketing

More. Mobile Nutzung treiben.

Georg Holzer

xamoom

Marketing für mobile Dienste

Forrester Research:

„50 Prozent vom App-Budget für Marketing auf die Seite legen.“

xamoom

App vs. Mobile Web

Beide Plattformen haben ihre Vorteile.

Vorteile Apps:

- „Lebt“ am Home-Screen und wird öfters gesehen
- Nutzung intensiver
- Komplexere Layouts, Funktionsvielfalt, Performance
- Benachrichtigungen
- Offline-Fähigkeiten

Vorteile Web:

- Hürde der Installation entfällt
- Mit jedem Gerät kompatibel
- Einfachere Design-Anpassungen
- PWAs bringen viel von App-Funktionalität mit, aber …

Qualität muss stimmen | Kombination aus beidem ist sinnvoll | App-Marketing in jedem Fall nötig

xamoom

Das App Eco-System ist zunehmend gedrängt

10 Jahre

2008 begann Apple mit dem Verkauf von Apps

205 Milliarden

App-Downloads werden für 2018 vorher-gesagt. +90% gegenüber 2015.

86 Milliarden $

Wurden 2017 für Apps ausgegeben. Das ist ein Wachstum von 105% gg 2015.

2,2/3 Mio.

Apps lagern bei Apple bzw. Google in den App-Stores (+1200 pro Tag).

2,3 Milliarden

Smartphone-User weltweit.

3:1

Der durchschnittliche Deutsche hat 93 Apps installiert, nutzt davon aber nur 36.

90%

der Zeit wird mit Top 5 Apps (Social, Messenger) verbracht.

10,3 Apps

werden durchschnittlich pro Tag genutzt.

xamoom

Wie werden Apps gefunden?

52%
Empfehlungen von Freunden oder Familienangehörige

27%
durch Suchmaschine (35% bei Tourismus-Apps)

24%
über die Website des Unternehmens

40%
Browsen im App-Store

22%
durch Fernsehen

Warum werden Apps installiert?

33%
Empfehlung

31%
klingt spannend, interessant oder praktisch

24%
Markenbekanntheit

18%
exklusive Vergünstigungen oder Infos

Google

xamoom

Marketing für mobile Dienste

Laden im App Store

JETZT BEI Google Play

App Store Optimierung (ASO)

Verbesserung der organischen Auffindbarkeit in App Stores

Digital werben

Digitale Maßnahmen zur Steigerung der App-Installationen

Analog werben

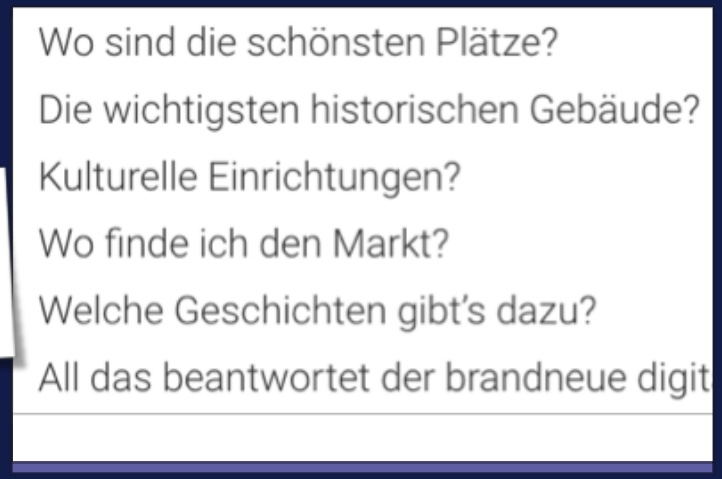
Analoge Möglichkeiten fürs App-Marketing

Marketing-Plan mit Zielen verbinden | Niemals nach der falschen Zielgruppe (alle) gehen | Personas & Customer Journey kennen

xamoom

9 Tipps zur App Store Optimierung (ASO)

Gestohlen von den besten Marketing-Blogs.



Name & Namenszusatz

- Apple: 30 Zeichen
  Google: 50 Zeichen
- Sollte schnell sagen, was die App denn kann.
- Wichtig bei der Auffindbarkeit, da Name sehr hoch gereiht wird.

Icon/Logo macht viel aus

- Farbenlehre
  (rot = aggressiv, blau = vertrauensvoll …)
- Firmenlogo ist nicht immer ideal: Kennt es der potenzielle Endanwender?
- Zu bunt geht gar nicht

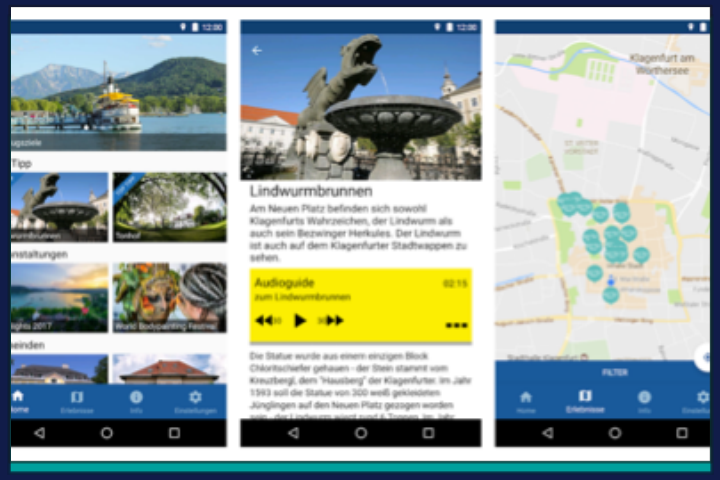
Überzeugende Beschreibung

- Knackige Kurzbeschreibung
- Knackiger Einstieg: Alles Wichtige gleich am Anfang vom Text.
- Länge mehr oder weniger egal, solange man nicht drauf hofft, dass jemand 4000 Zeichen liest.

xamoom

9 Tipps zur App Store Optimierung (ASO)

Gestohlen von den besten Marketing-Blogs.

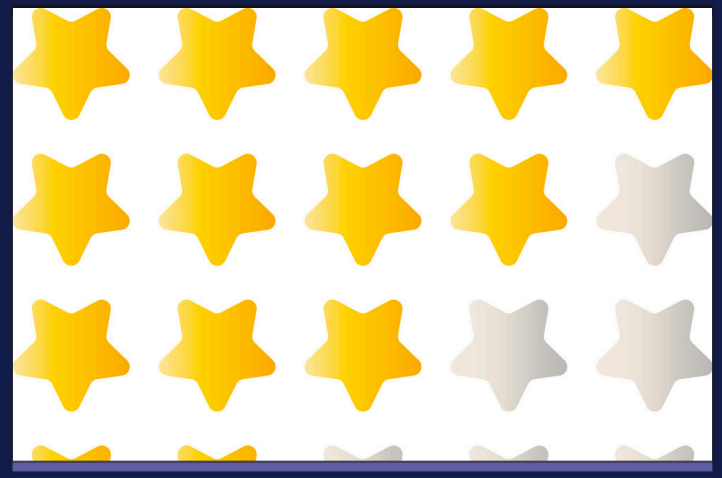


Screenshots & Video

- Wie sieht die App aus?
- Welche Key-Funktionen kann man zeigen?
- Video: Nur, wenn es für das Verstehen wichtig ist. Ein App-Store ist kein Platz für Produktwerbung.

Auf richtige Sprache achten

- Sind die Inhalte der App lokalisiert, sollte dies auch für App-Store-Inhalte gelten
- Englisch ist das Minimum
- Auch Screenshots und Video lokalisieren



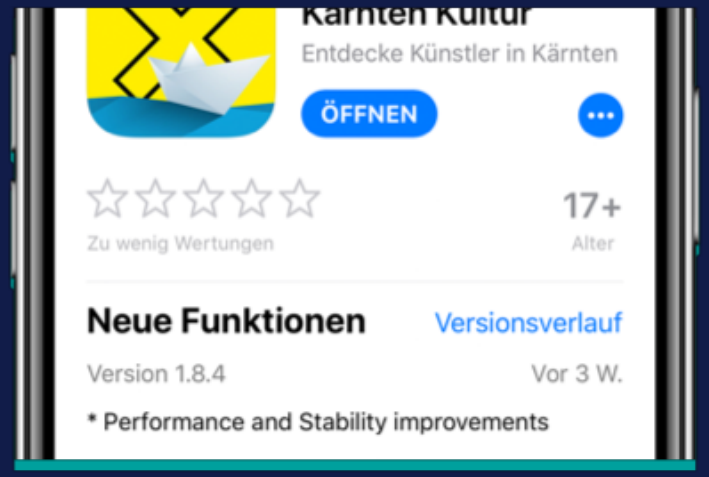
Bewertungen & Feedback

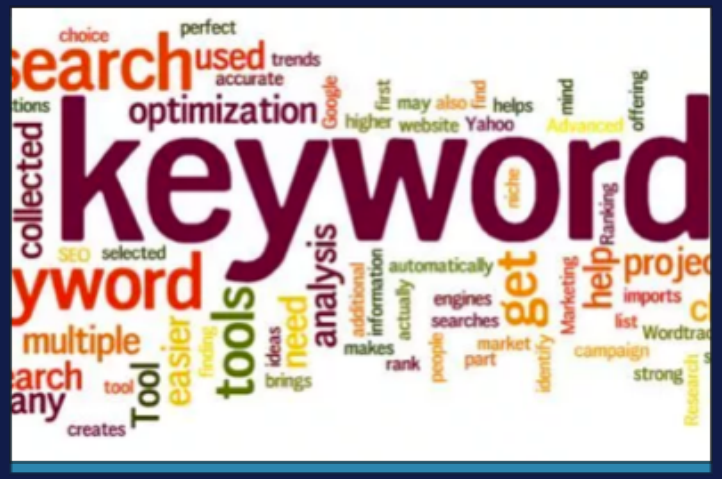
- Was keine 4 Sterne hat, wird nicht installiert
- Ratings einholen, als wäre es Booking.com
- Rating per App einholen, wenn Kunde zufrieden sein müsste
- Zufriedene Nutzer ansprechen
- Freunde um Reviews bitten
- Auf negatives Feedback eingehen

xamoom

9 Tipps zur App Store Optimierung (ASO)

Gestohlen von den besten Marketing-Blogs.





Updates

- Niemand will eine App, die alt ist/wirkt
- Look & Feel der beiden Plattformen ändert sich jedes Jahr leicht
- App-Stores reihen nicht aktuelle Apps zurück
- Manche Apps machen Update-Beschreibung mit viel Witz und Charme

Die richtigen Keywords

- Sind wichtig für die Suche
- Gut sind immer geografische Begriffe
- Google: Keywords im Text
- Apple: 100 Zeichen

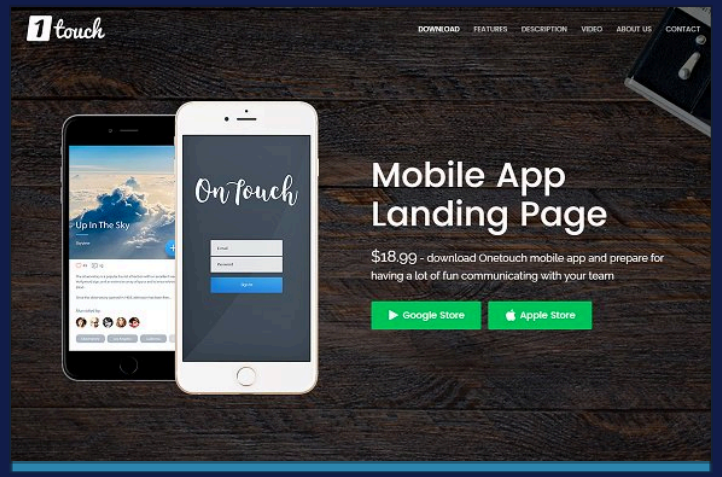
Wissen ist Macht

- Kunden kennen
- Wie kommen die Nutzer auf die App
- Wettbewerb kennen (und beobachten)

Niemals zufrieden sein | niemals mit Optimierung aufhören | saisonal aufpeppen (z.B. Advent)

xamoom

Digital für die App werben



Paid Advertising

- Google (Universal App Campaign) oder Facebook bieten dafür spezielle Dienste
- Kosten werden nach Cost per Install abgerechnet
- Wer damit arbeitet, sollte seine Customer Acquisition Cost und den Customer Lifetime Value kennen.
- Es gibt Spezialagenturen dafür.
- Vorsicht beim Kauf von Nutzern.

Landing Page

- Viele Unternehmen verschweigen auf der Website ihre App. Warum?
- Link mit bekannten App-Store-Bannern
- Eine eigene Landing Page mit ein wenig Inhalt schadet nie, damit die Seite gefunden wird.

Soziale Netzwerke nutzen

- Facebook hat nicht ohne Grund einen Button „App installieren“.
- Gute Visuals mit guten Gründen für Installation
- Wichtig: Kurz-URLs dazu geben

xamoom

Analog für die App werben

User Education

- Beispiel Tourismus: Wieso werden immer nur Karten hergezeigt und nie Apps?

Überall herzeigen

- Aufsteller sind schnell gemacht und günstig
- Print: Keine Angst vor QR-Code
  URL zum Abtippen dazu geben
- Redirects nutzen (z.B. m.domain.at/app)
  mit Links zu den App Stores

App-Botschafter suchen

- Müssen zur Zielgruppe passen
- Sind glaubwürdiger als Reklame
- Rezeptionisten im Tourismus
- Bonus-Programm wäre einfach zu machen:
  1 Euro pro App-Installation

xamoom

Wie viel Marketing-Budget braucht‘s?

Die Antwort ist ein klares „Kommt drauf an“. Vieles kostet nichts, braucht aber Ressourcen. Im Unterschied zu Social Media gehört einem der Kanal.

Maßstab: Unter Einrechnung interner Kosten mind. 50 % der Initialkosten.

xamoom

(Re-)Engagement

More. Mobile Nutzung treiben.

Georg Holzer

xamoom

(Re-)Engagement

Installationszahlen nützen niemandem.
Die Nutzung bringt etwas.

Mit der App-Installation ist die Arbeit noch nicht getan.

xamoom

Trigger für Mobile Einkäufe

21%
Marketing-E-Mail

18%
Marketing SMS

17%
Push-Notifications

Befragung unter 2773 US-Konsumenten, Jänner 2017, Fluent Market Research

Warum werden Apps genutzt?

63%
macht Leben einfacher

63%
klare App-Nutzung

57%
ansprechendes Design

45%
immer neue Inhalte

43%
Offline-Online-Brand-Interaction

Studie, „Think with Google“, Dezember 2017

xamoom

ABER:

24%

aller Apps werden nur ein Mal genutzt

77%

der Apps werden nach drei Tagen wieder gelöscht

95%

der Apps werden nach 90 Tagen deinstalliert

Gründe für die App-Deinstallation

34%

lost interest

29%

no longer needed

24%

found app not as useful

18%

found better app

Studie, „Think with Google“, Dezember 2017

xamoom

(Re-)Engagement

Online-Offline

Location Identifier richtig kommunizieren: So gewinnt man selbst mit einem QR-Code

Push-Nachrichten

So klappt das mit einer einfachen Nachricht – ohne arg zu nerven

Tests & Feedback

Ihre Nutzer wissen am besten, was die Nutzer wollen.

User-Onboarding

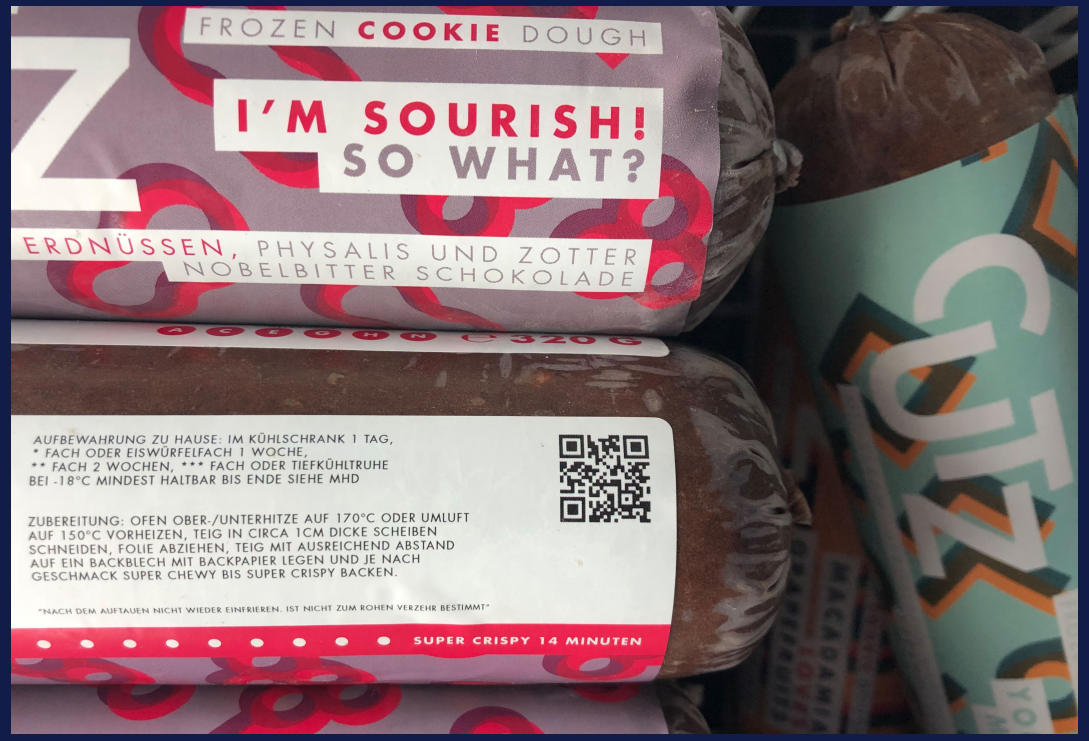
Loyalty

Treue Kunden einfach identifizieren und belohnen.

xamoom

Was man alles mit QR-Codes falsch machen kann …

… in einem Bild.

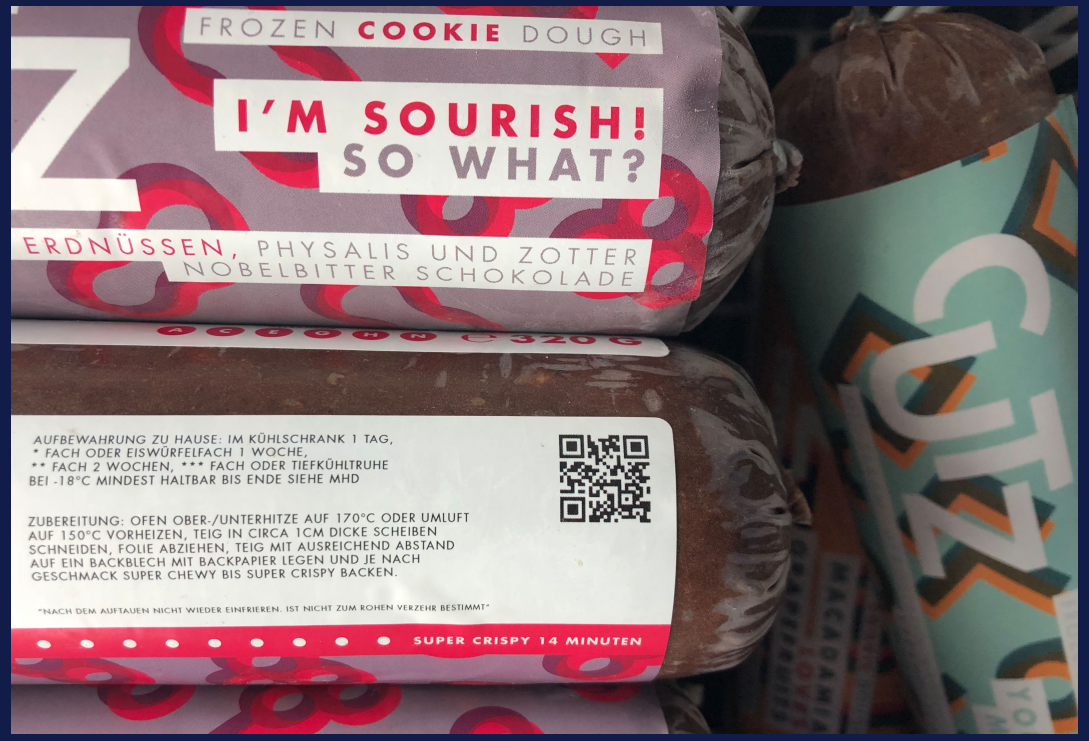


- Falsche URL: cutz.rocks/Zubereitung führt zu einer Google-Suche, da http:// vergessen wurde.
- Immerhin ist die Seite responsive, lädt aber recht behäbig.
- Keine Messbarkeit/Unterscheidung zu anderen URLs – Wer bekommt Attribution? QR-Code oder Website-Klick?
- Warum soll man diesen QR-Code scannen?
- URL sollte dabei stehen. Mobil mag der Nutzer keine Überraschungen.

xamoom

Warum Kommunikation wichtig ist

Der Nutzen für den Nutzer, es zu nutzen, wäre leicht vermittelt.



SCAN MICH FÜR …

- Tipps, wie deine Kekse garantiert gelingen!
- die ultimative Spotify-Playlist für deinen Back-Abend.
- fünf Tipps und deine Freundinnen werden große Augen machen.
- das große Gewinnspiel, wo wir 100 Mal alle Teile als Sammlung verlosen.

Immer die URL dazu geben: cutz.rocks

xamoom

Nie ohne Smart Label!

Beacons und GPS-Geofences sind unsichtbar. Nebeneffekt: Branding im öffentlichen Raum & User Education.

Beacons

NFC-Chips

QR-Codes

User Education

App-Marketing

xamoom

Eddystone als App-AddOn

Aufmerksamkeit auch ohne App.
Passt nicht überall, aber gut in der Gastronomie.

Beacon: kleiner Bluetooth-Sender

Benachrichtigung mit App
iOS & Android

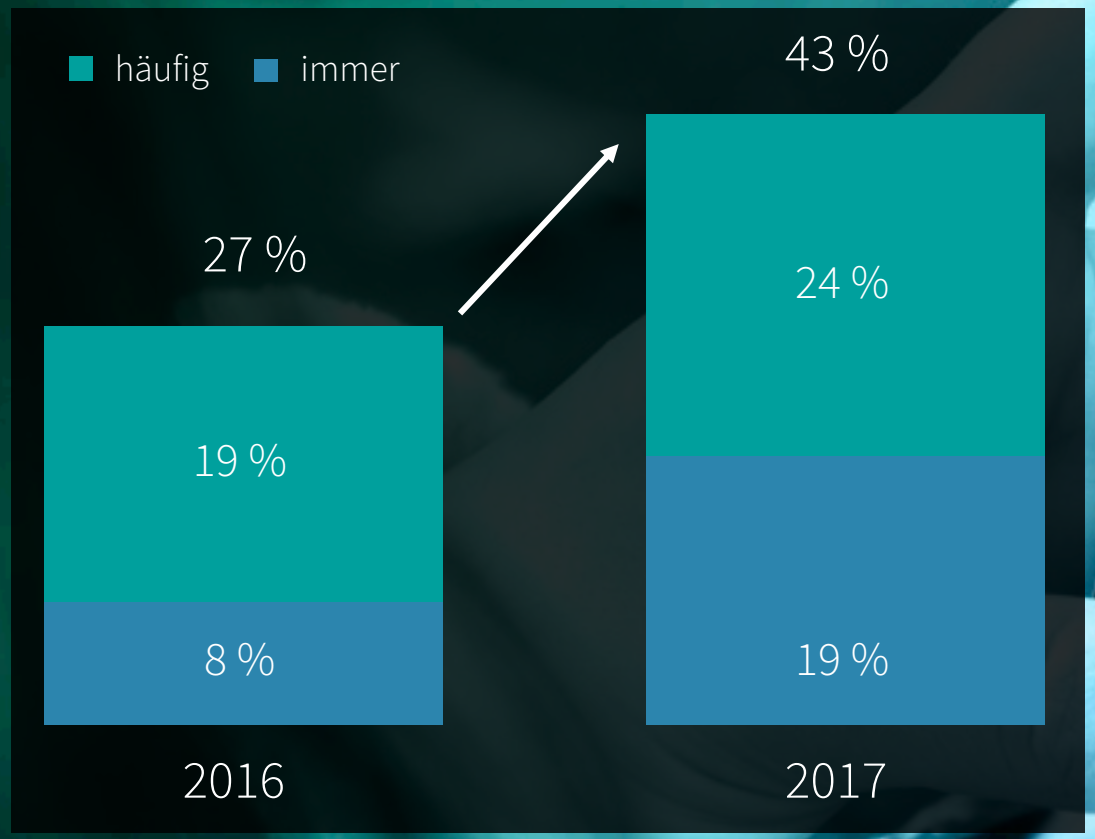
Benachrichtigung auch ohne App
Android

Gast wartet und schaut in seine Benachrichtigungen

xamoom

Push wird akzeptiert

Die zum Handy geschickte Botschaft ist der wichtigste App-Weckruf.



comScore

xamoom

Vorsicht mit Push

Wann ist eine Push-Nachricht …

… hilfreich

- Wenn sie einem hilft (eh klar)
- Exklusive Information bietet
- Ein Angebot näher bringt, auf das man nicht selbst gestoßen wäre
- Kurz und prägnant am Punkt

… ärgerlich

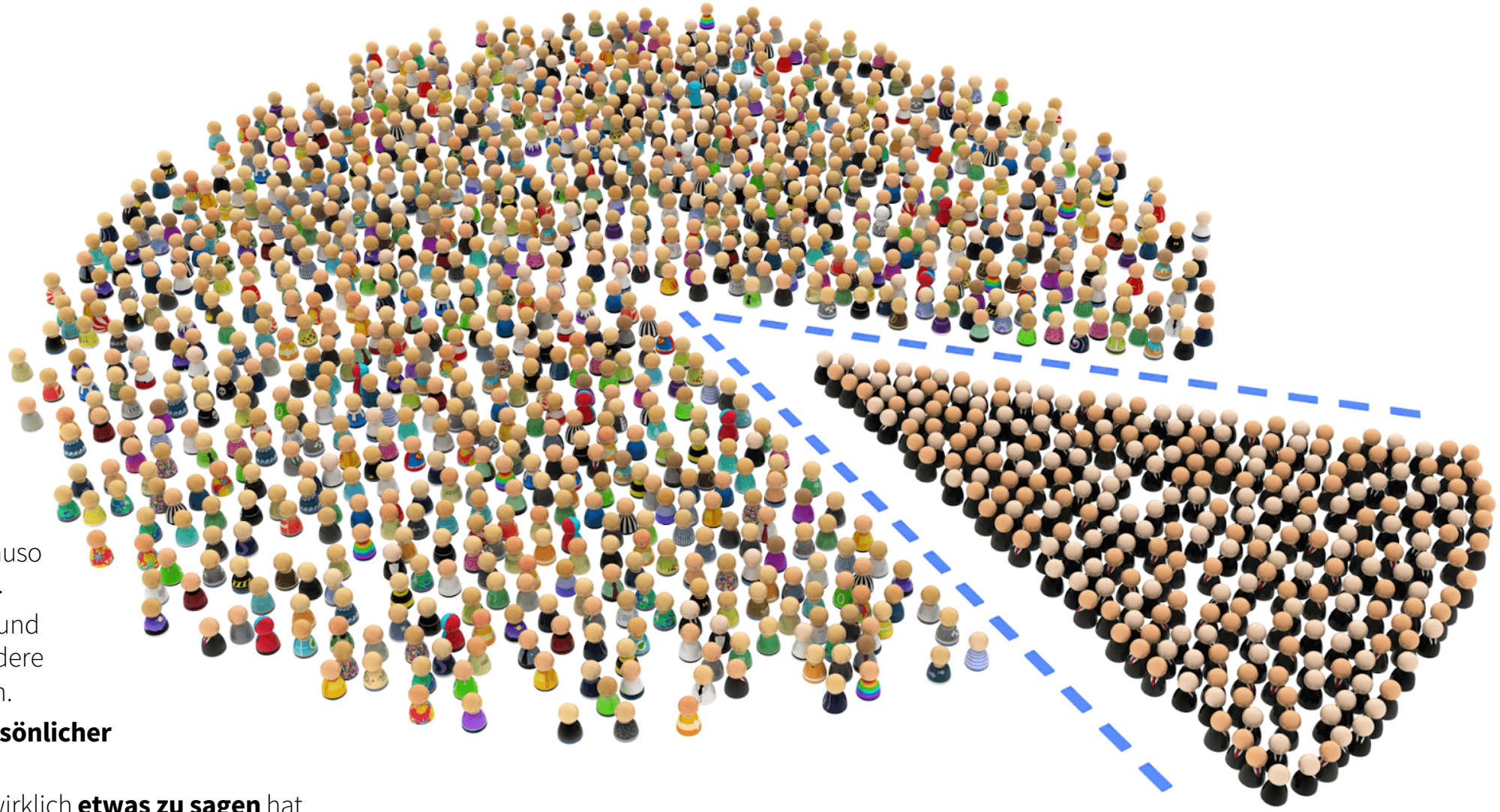
- Zu häufig (die Dosis ist das Gift)
- Zu wenig relevant
- Womöglich noch in der falschen Sprache
- Zu langer Text, der nicht alles verrät
- Treffer führt zu anderer Seite

xamoom

Lösung: Segmentierung

Relevanz um jeden Preis, sonst wird man deinstalliert

- Geografisch
- Nach Interessen
- CRM-Verknüpfung
- Individuell je nach Person (via Intercom)



Push hat eine **enorme Wirkung**, wenn man es richtig einsetzt:

1. Daher muss ein **integraler Bestand** der Kommunikation sein – genauso wie E-Mail, Print oder Social.

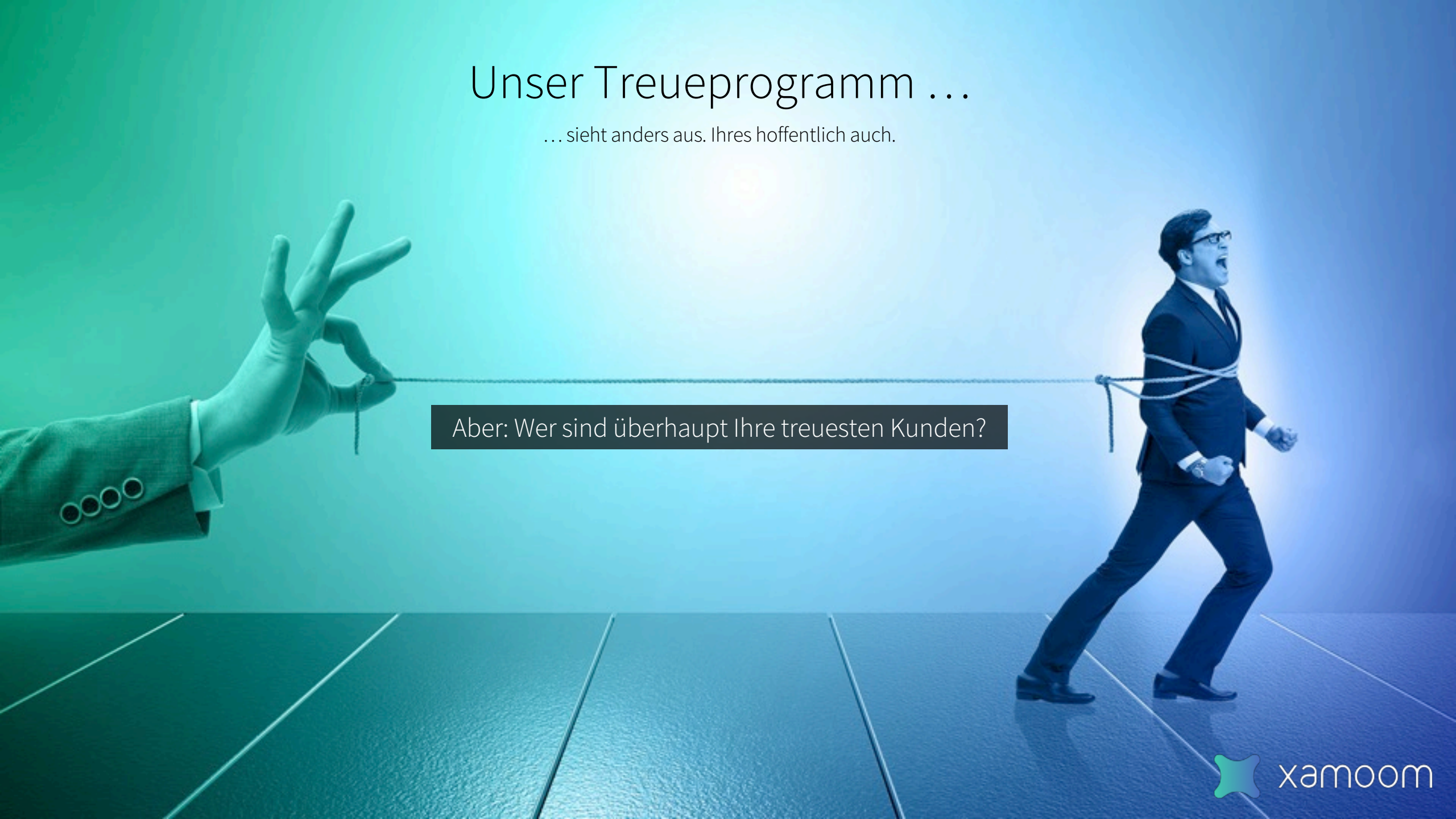
2. Das **Wording** muss aufgrund seiner Limitierungen besondere Aufmerksamkeit bekommen.

3. Nach Möglichkeit mit **persönlicher** Ansprache.

4. Nur, wenn man wirklich wirklich **etwas zu sagen** hat.

Unser Treueprogramm …

… sieht anders aus. Ihres hoffentlich auch.



Aber: Wer sind überhaupt Ihre treuesten Kunden?

xamoom

Wer kommt wie oft?

Aufgrund dieser Frequenz kann unterschiedlicher Inhalt
(z.B. mit Gutschein) ausgespielt werden.

In 10 Minuten ist das Treueprogramm fertig. Wetten?
Oder: Man kann es sich auch kompliziert machen.

xamoom

Content

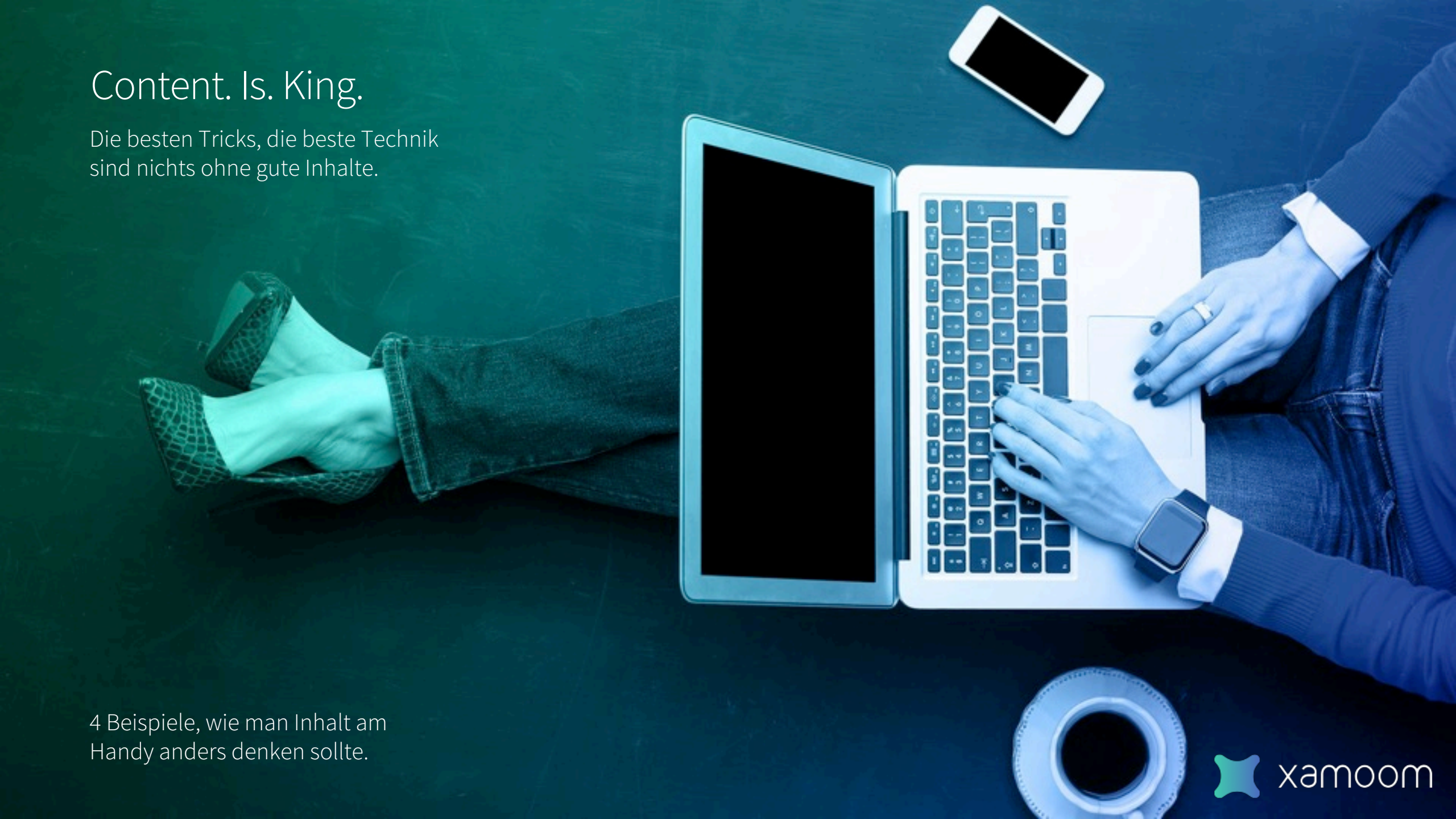
More. Mobile Nutzung treiben.

Georg Holzer

xamoom

Content. Is. King.

Die besten Tricks, die beste Technik
sind nichts ohne gute Inhalte.

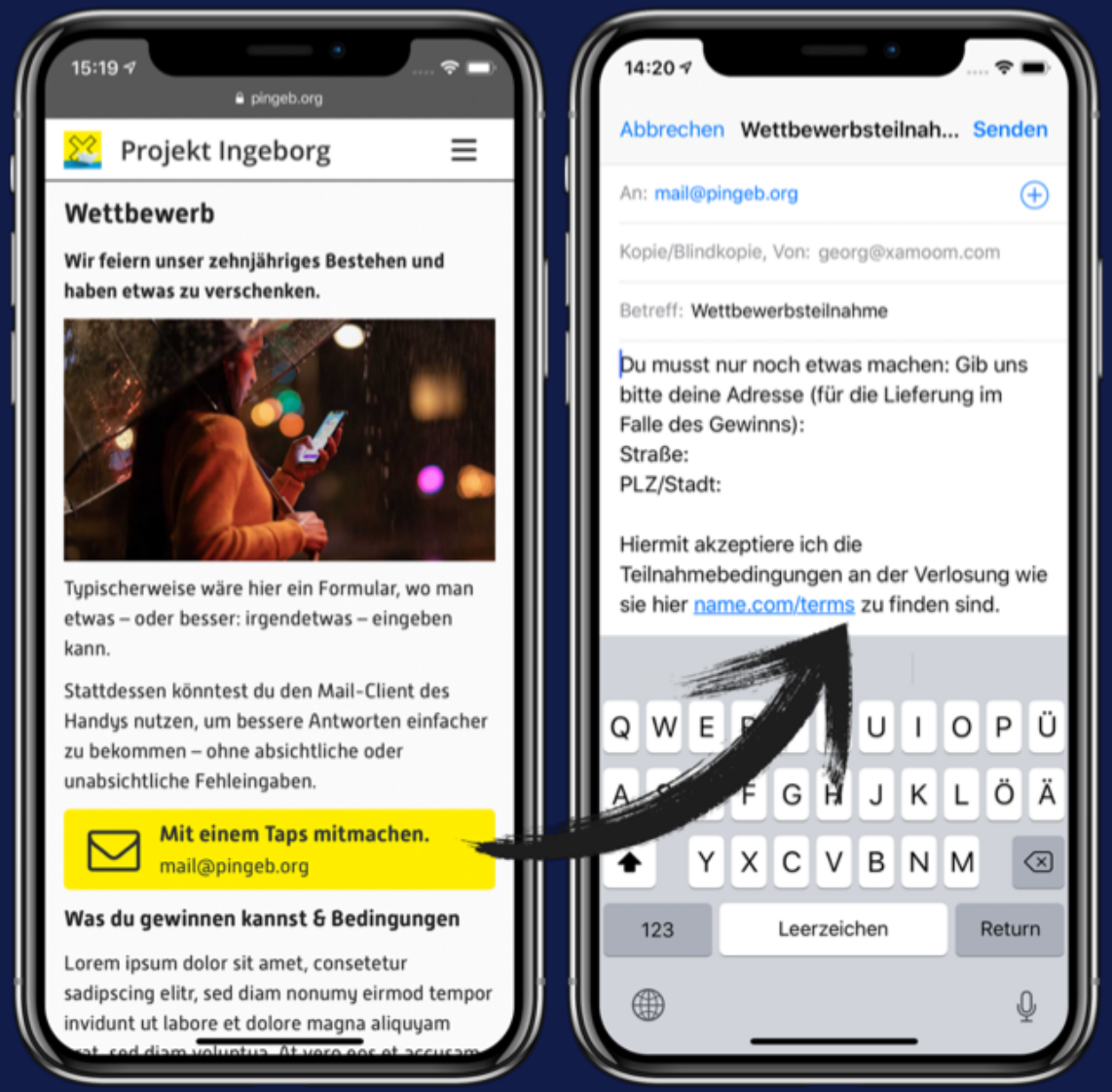


4 Beispiele, wie man Inhalt am
Handy anders denken sollte.

xamoom

1: Vergesst Formulare

Weniger Mühe für Nutzer, bessere Daten für Sie

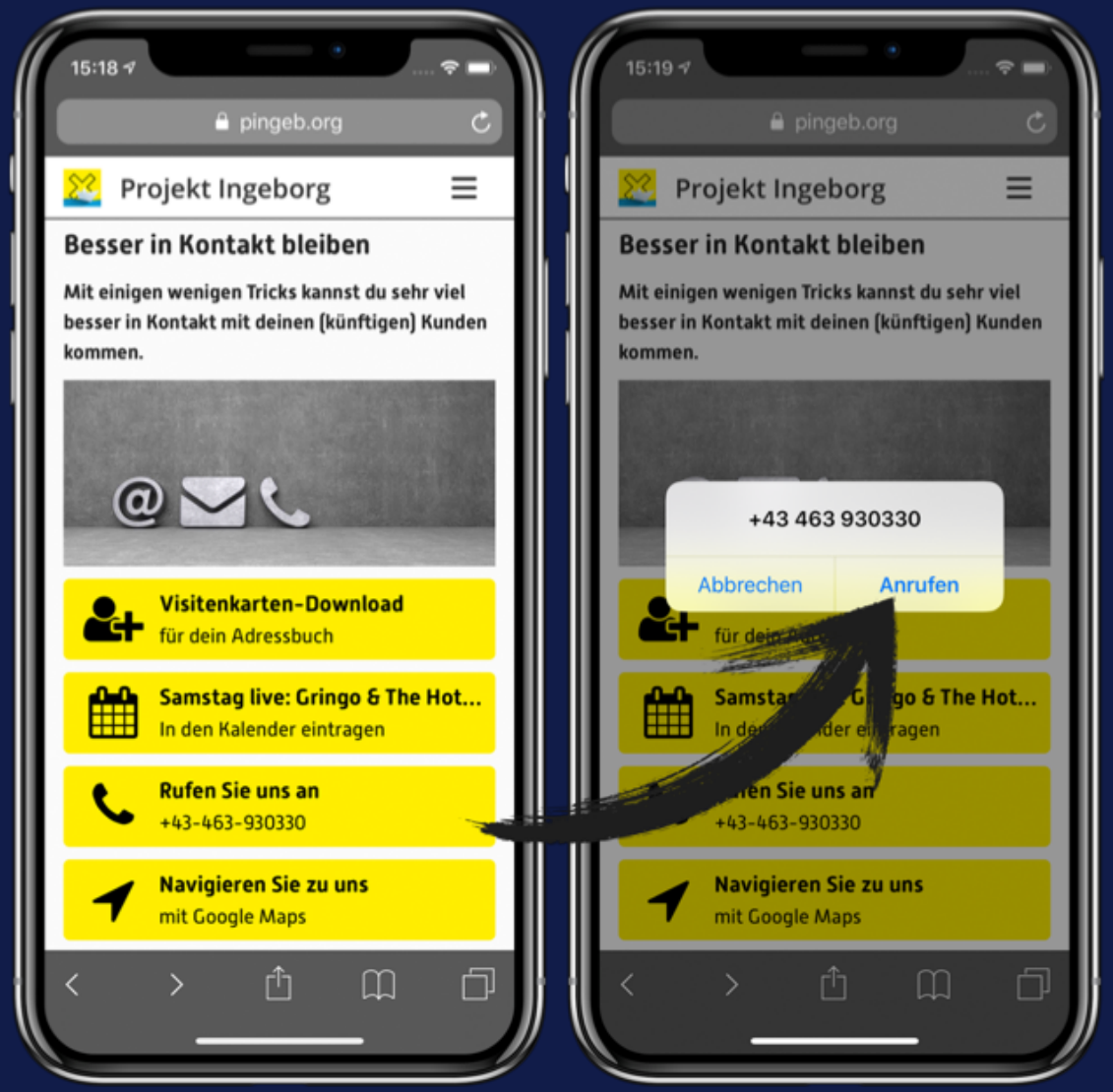


- Nutzung von Features „E-Mail-Client“
- Simpler mailto:-Link hilft beim Vorausfüllen von Betreff und Body
  Text zum Link
- Gibt mailto-Link-Generatoren
- Nutzer braucht Namen und E-Mail-Adresse nicht mehr eingeben, da der Mail-Client die schon hat.
- Keine Fehleingaben (Tippfehler) oder absichtlich falsche Eingabe möglich

xamoom

2: Click to Call

Wieso soll man es dem Nutzer schwer machen, in Kontakt zu treten?



- Nutzung von Features „Telefon“
- Simpler tel:-Link mit Telefonnummer
  Rufen Sie uns an +43-463-930 330
- Einfach Nummer eingeben bei xamoom
- Nutzer braucht nur noch einmal klicken, um anzurufen

xamoom

3: Kalender & Kontakte

Die richtigen Daten im Handy der Kunden speichern

- Nutzung von Features „Kalender“ und „Adressbuch“
- Anbieten von .vcf- und .ics-Dateien
- Erzeugung über Online-Generatoren bzw. Microsoft Outlook
- Nuter muss nur noch „Speichern“ oder „Hinzufügen“ klicken, und Sie sind am besten Ort abgelegt.

xamoom

4: Medienbrüche vermeiden

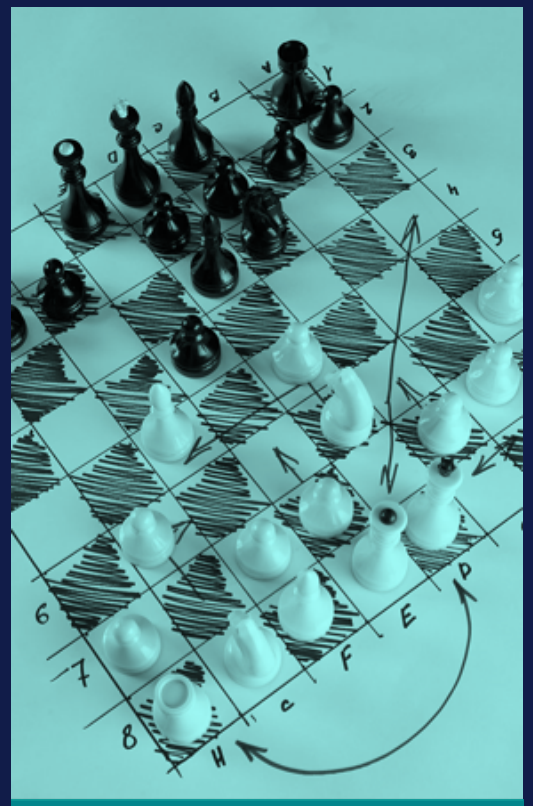
Grundregel: Man sollte niemals mehr als zweimal klicken müssen, um Inhalte anzusehen.

- Nutzer sollten nicht zoomen müssen, um Inhalte lesen zu können.
- E-Book (.epub) statt PDF-Datei.
- Barrierefreiheit

Ist ein Extra-Aufwand, der aber vom Nutzer belohnt wird.

xamoom

More. Mobile Nutzung treiben.



Mobile Strategie

Marketing

Engagement

Content

xamoom

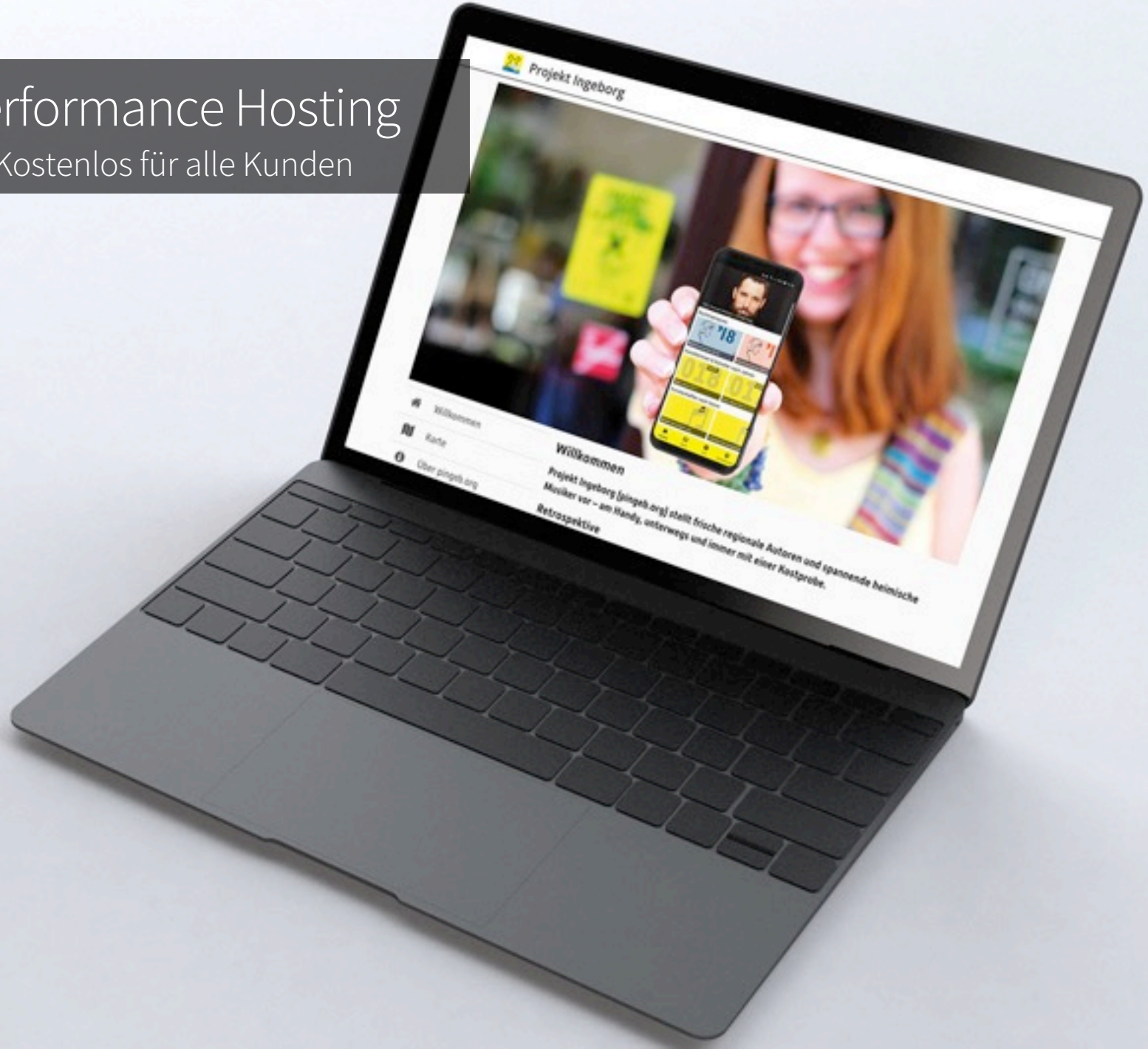
xamoom 9.0 »Matakustix«

Launched: September 2018

xamoom

Performance Hosting

Kostenlos für alle Kunden



xamoom

Home
Statistics
Spots
Markers
Pages
Media Library
Users
Profile

Pages / 145 | Artificial Sons

de | en | Add new

Title
145 | Artificial Sons

Excerpt
Frische, moderne und melancholische Musik aus dem Süden - geprägt von der Schönheit des Nordens.

An excerpt needs to be brief and precise. All good so far!

Mobile exclusive

Title
Artificial Son

Text
Artificial Sons

Select file 145 - Artificial Sons - Artificial Sun - Pingeborg.m4a

Mobile exclusive

Title

B I U 14

Artificial Sons ist eine Band aus Klagenfurt, die sich – sehr pragmatisch – nach ihrer ersten Single benannt hat. Di

Push Benachrichtigung

Mehrsprachig, mit Geo-Segmentierung

Compose notification

DE (57)

Title
Artificial Sons 🇩🇪

Message
Eine junge, coole Band aus Klagenfurt

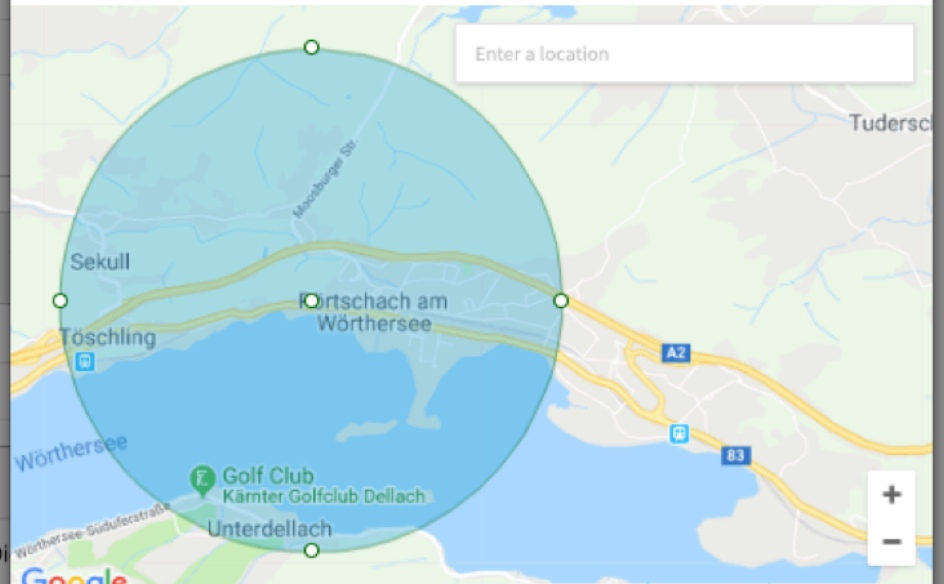
EN (54)

Title
Artificial Sons 🇬🇧

Message
A young, cool band from Klagenfurt

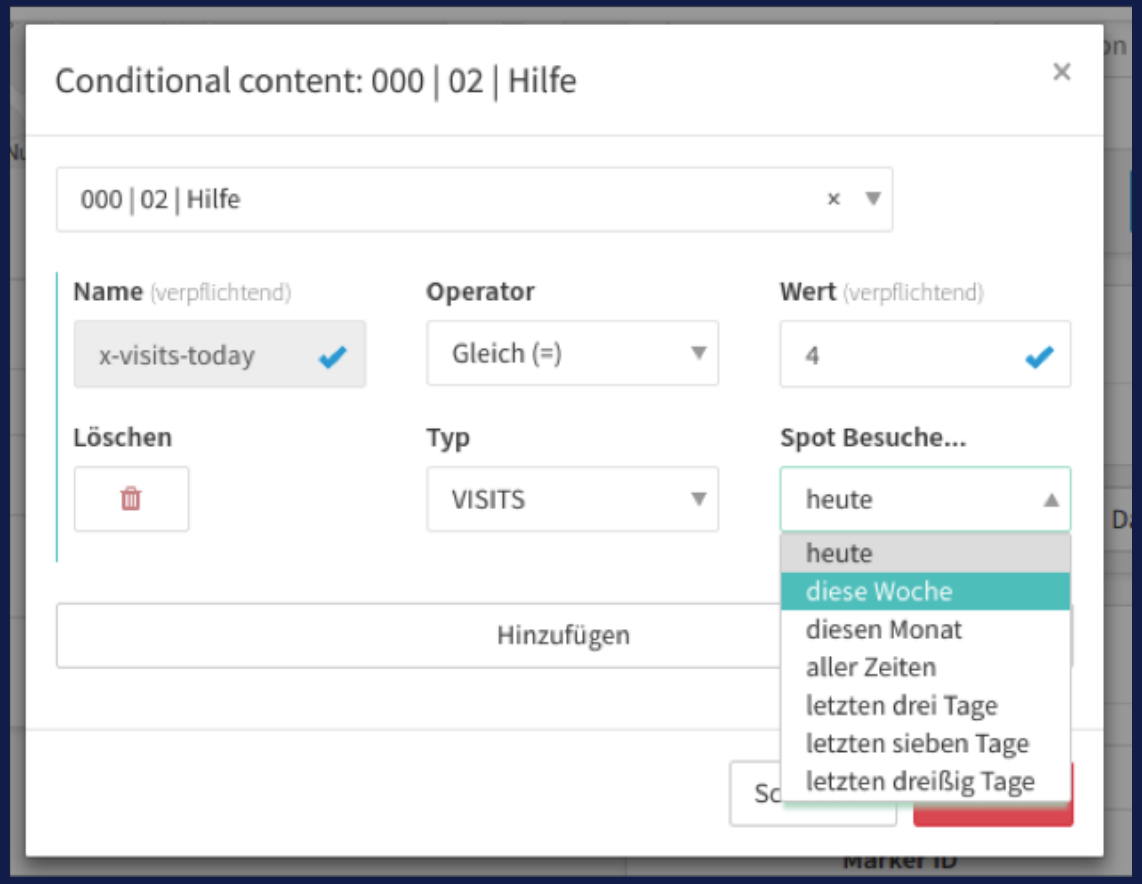
Disable Geo Push

Radius: 1.9 km



Mehr Flexibilität

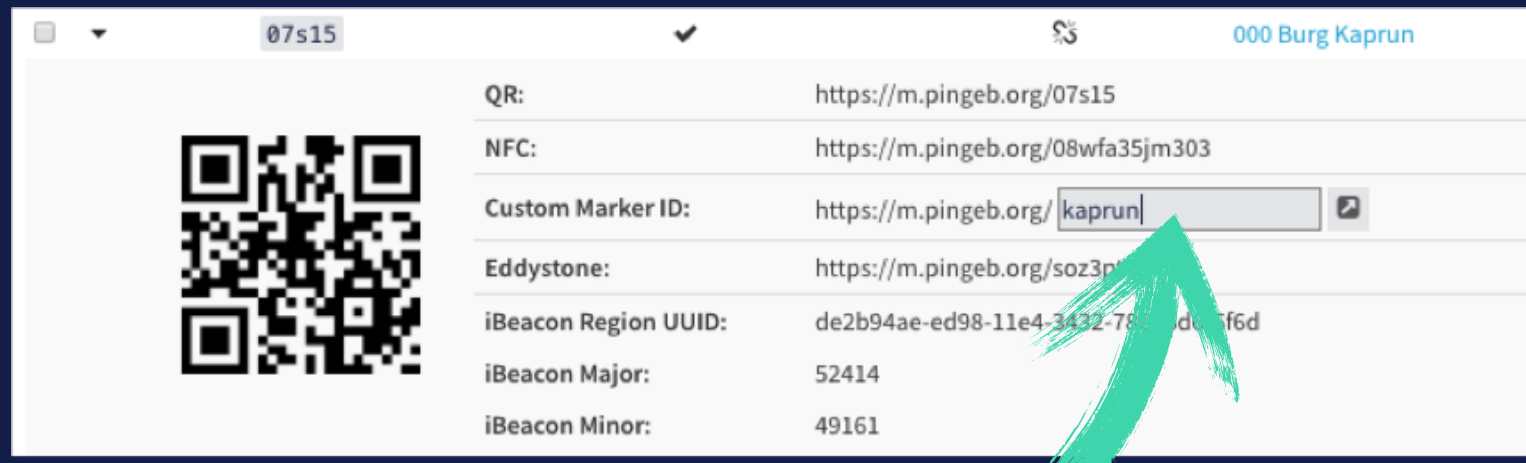
Stammkunden identifizieren und belohnen
Mehr Möglichkeiten für App-Promotions

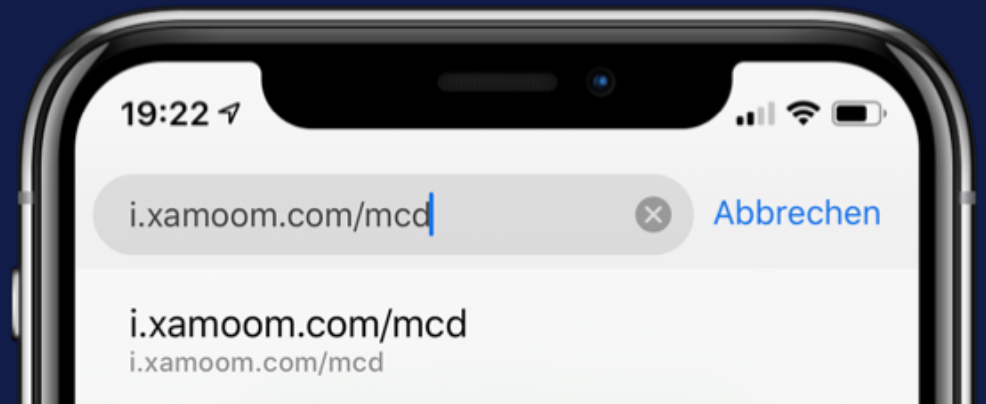


xamoom

Custom Marker IDs

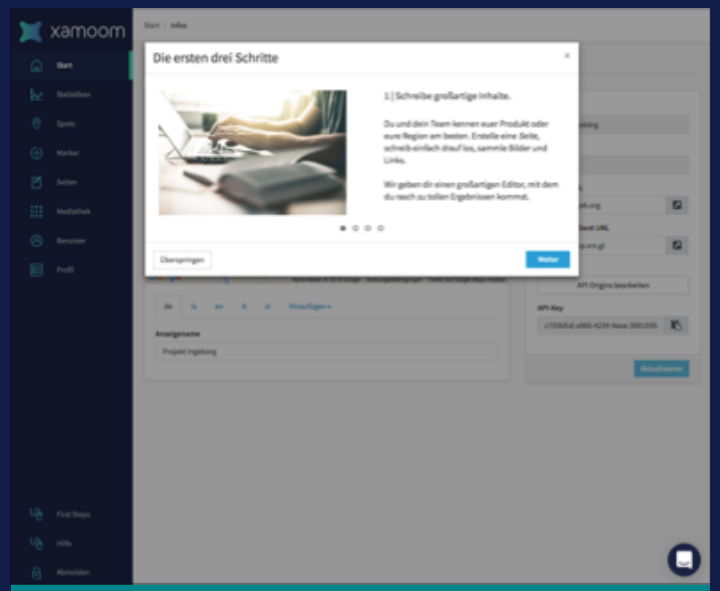
URLs, die man sich merkt. EAN inklusive.



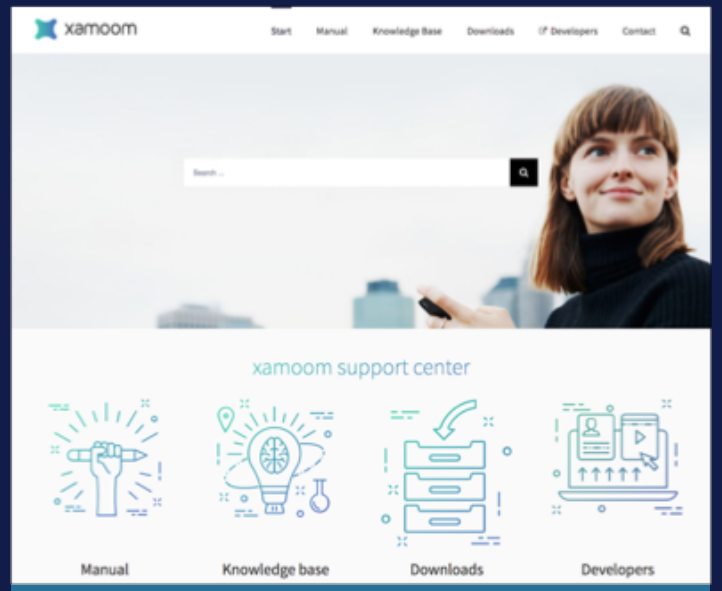


xamoom

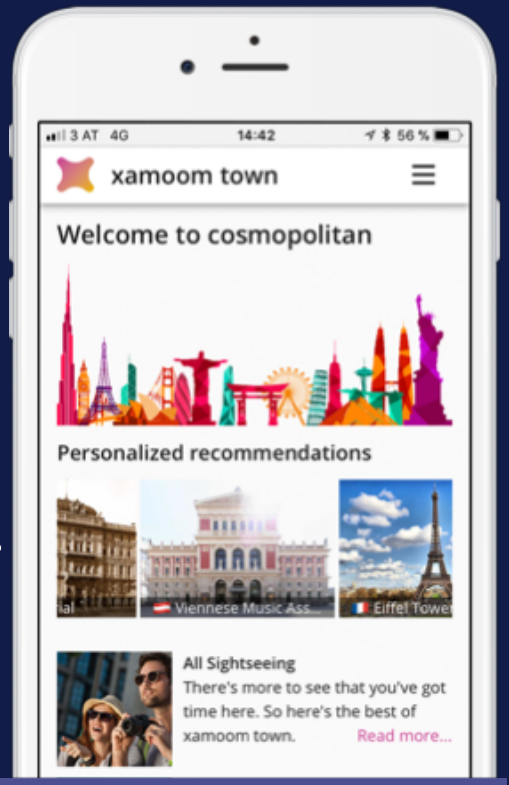
Und 100 kleinere Änderungen, Verbesserungen etc.



Einfacheres Onbaording



Support-Site my.xamoom



Empfehlungen Mobile Web

xamoom

ContextIntelligence

xamoom

Bruno Hautzenberger

xamoom

Vision von xamoom:

Wissen, was der Nutzer will …

… bevor der Nutzer weiß, was er will.

xamoom

Start mit personalisierten Empfehlungen

im Web und in Apps

Integriert in kundenspezifischen Apps sowie im Standard-Mobile-Web.

Aktivierbar mit einem Klick im CMS.

xamoom

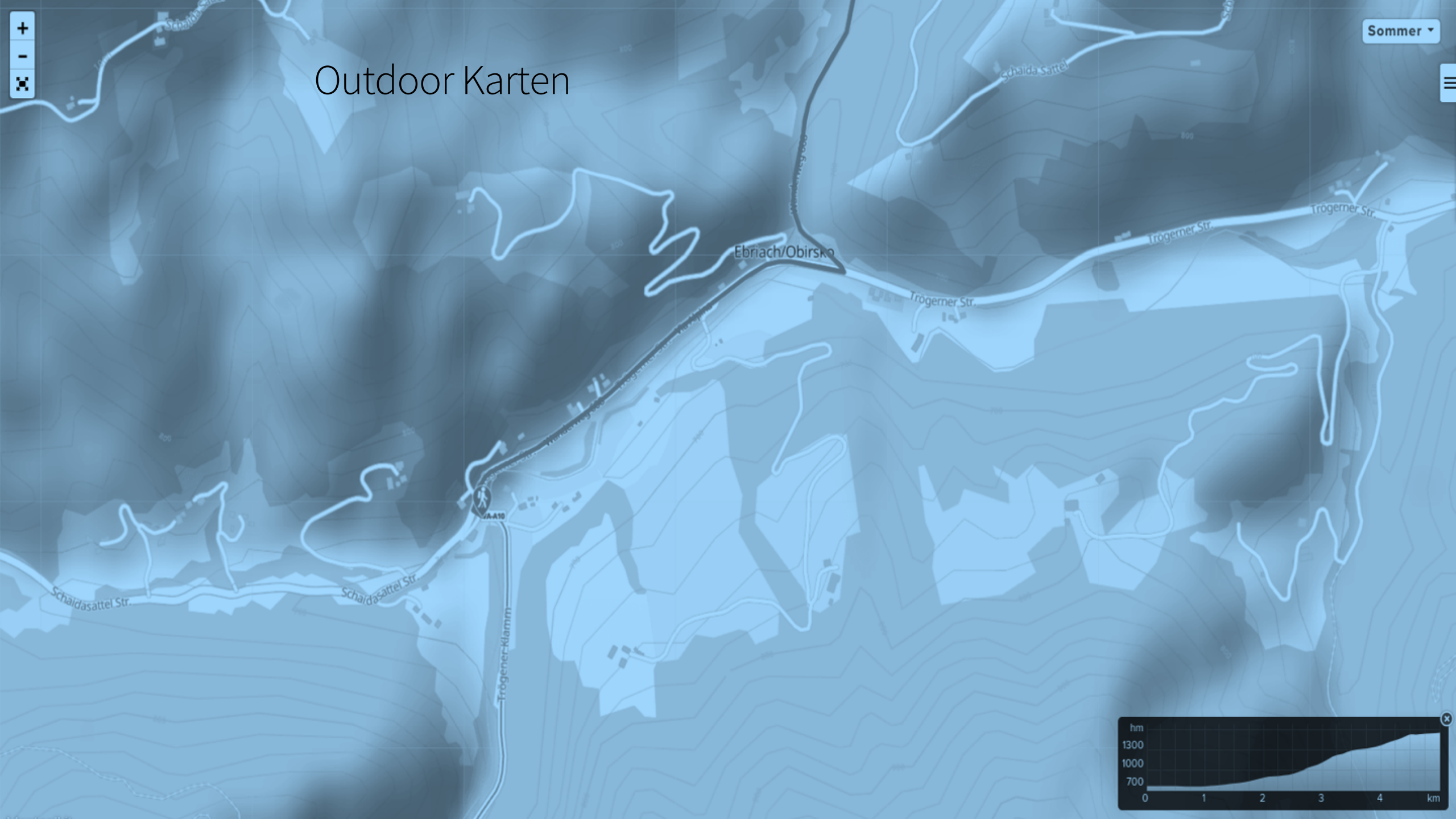
Ein personalisiertes Erlebnis für
– jeden einzelnen Nutzer
– zu jedem Zeitpunkt
– an jedem Ort

xamoom

xamoom 10

»Bruno Gironcoli«

Outdoor Karten



Galerien

Nicht nur für Bilder, sondern auch Videos oder Textblöcke

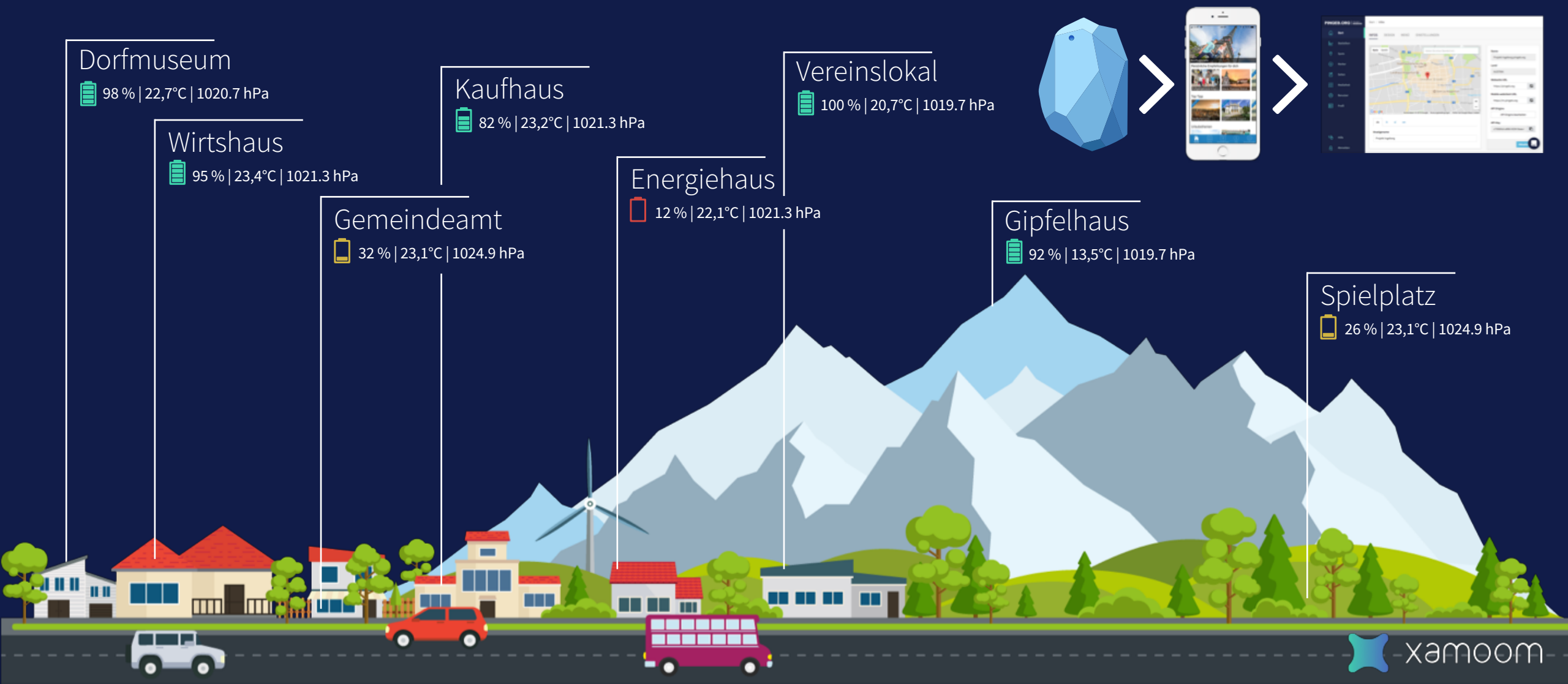
- Videos
- Fotos
- Texte

Wiederverwendbar und
einfach handzuhaben

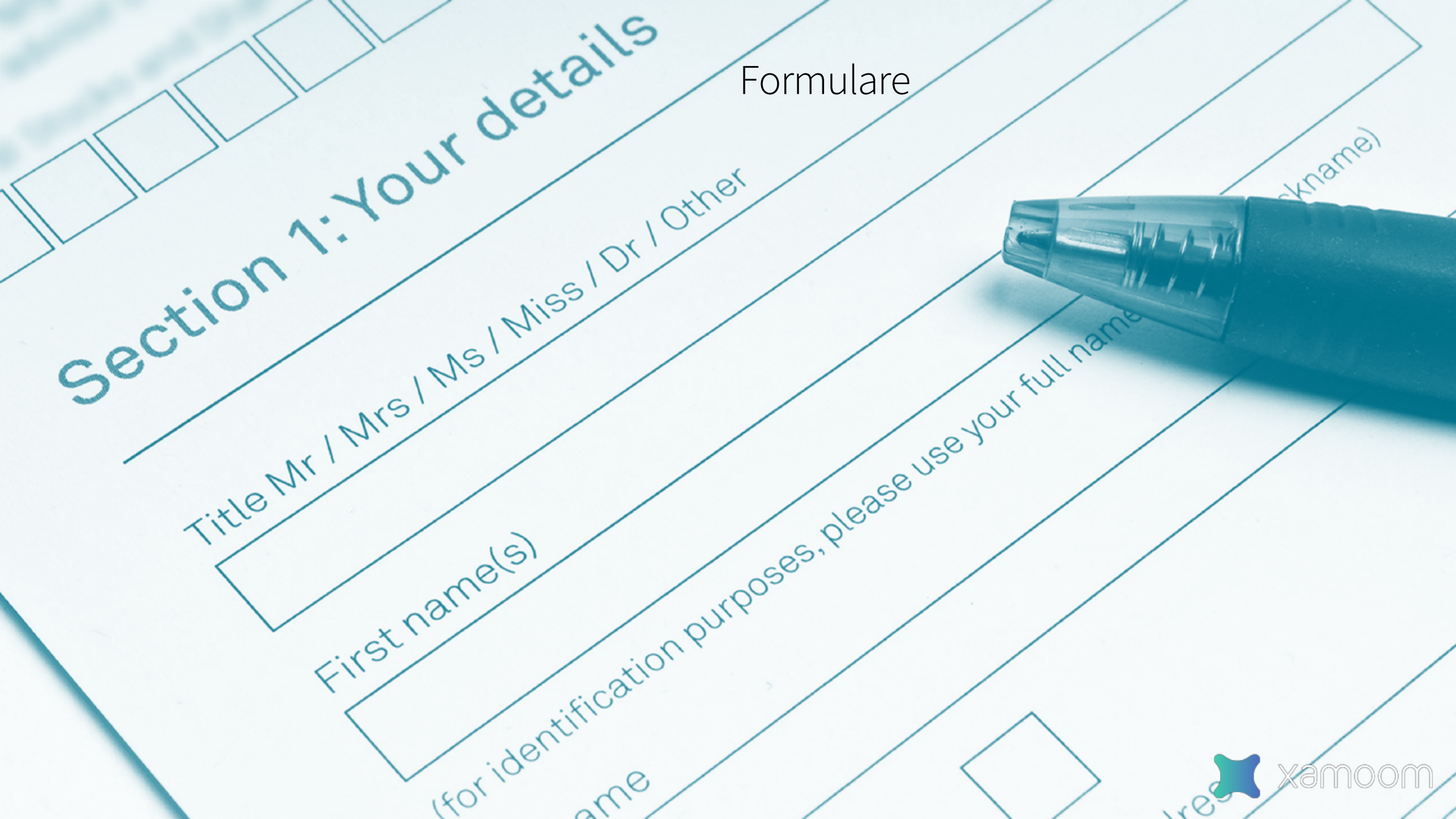
xamoom

Beacon Telemetrie

Ein ganz großes Ziel: herstellerunabhängiges Beacon-Management



Formulare


Section 1: Your details
Title Mr / Mrs / Ms / Miss / Dr / Other
First name(s)
(for identification purposes, please use your full name

Ihre Wünsche?

Wir können nur besser werden, wenn wir die Wünsche unserer (möglichen) Kunden kennen.

xamoom