

(Mobile book) Social Media - Analytics Monitoring: Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI

Social Media - Analytics Monitoring: Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI

Von Andreas Werner

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #228820 in BcherVerffentlicht am: 2013-04-30Abmessungen: 9.49 x .79b x 6.46l, Einband: Taschenbuch228 Seiten | File size: 34.Mb

Von Andreas Werner : Social Media - Analytics Monitoring: Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media - Analytics Monitoring: Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI:

Pressestimmen Das Buch schafft eine sinnvolle Verbindung zwischen technischen und konomischen Aspekten. (ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting, Beratungsbrief 02/2014)(...) liefert neben sehr guten Basisinformationen auch sehr detaillierte Tipps Insights um aktiv und zielgerichtet zu agieren. (e2marketing.de, 14.11.13) Eine sehr gute Lektüre für Social-Media-Profis, die das große Fass aufmachen wollen. Spannend. (acquisa, 10/13) Kurzbeschreibung Social Media spielen eine immer größere Rolle im Online-Marketing und Customer Relationship Management von Unternehmen. Dies hat zur Folge, dass sich die Anforderungen an das Controlling der jeweiligen Aktivitäten erhöhen, zumal im Bereich der Social Media auch Erfordernisse in Bezug auf das Monitoring der eigenen Marke bzw. der eigenen Produkte bestehen. Wichtigstes Ziel ist meist die Optimierung des Return on Investment (ROI). Zusätzlich sollen Wettbewerber beobachtet werden. Das Buch erläutert die verschiedenen Verfahren zur Analyse von Social Media und zeigt, wie Sie diese mit Instrumenten der Web-Analytics verbinden können. Dabei werden auch Funktionalitäten von eingesetzten Softwareprodukten und -Tools vorgestellt, analysiert und Kriterien zu deren Beurteilung und Auswahl herausgearbeitet. Die betrachteten Datenquellen und gewonnenen Messwerte werden erläutert und bewertet. Der Autor vergleicht die wichtigsten Social-Media-Plattformen hinsichtlich ihrer Wirksamkeit. Aufgezeigt werden zudem Verfahren zur Herleitung von Key-Performance-Indikatoren (KPIs) für spezifische Belange, was schließlich eine Bewertung und Optimierung von Maßnahmen für eine Erhöhung des ROI ermöglicht. Aspekte der Datenaufbereitung auch in Dashboards werden ebenfalls thematisiert. Andreas Werner versucht dabei stets, die Verbindung zwischen den technischen und konomischen Rahmenbedingungen herzustellen. Er vermittelt sein Wissen praxisnah, wobei er auf langjährige Erfahrung im (Online-)Marketing und als Web Analytics Consultant zurückgreifen kann. Mit seinem Buch richtet er sich insbesondere an Entscheider, die ihre Arbeit auf eine solide Datenbasis stellen möchten. über den Autor und weitere Mitwirkende Andreas Werner bloggt zu Social Media Analytics Monitoring unter datenonkel.com. Seit 1995 macht, analysiert und schreibt er über Online-Marketing, E-Commerce und Social Media. Er hat mehrere Bücher zu diesen Themen veröffentlicht, war Chefredakteur einer Fachzeitschrift über Online-Werbung und hat als Web-Analytics Consultant gearbeitet. Er verantwortete das Marketing einer Jobbörse sowie das Online-Marketing eines Bergsportausrüsters.