

[Download pdf] Social-Media-Management: Chancen der Neuen Medien nutzen Risiken fr Unternehmen vermeiden

Social-Media-Management: Chancen der Neuen Medien nutzen Risiken fr Unternehmen vermeiden

Von Thomas R. Khler

*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrang: #1587814 in BcherVerffentlicht am: 2011-06-06Abmessungen: 9.02 x .63b x 5.98l, 1.13 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe256 Seiten | File size: 63.Mb

Von Thomas R. Khler : Social-Media-Management: Chancen der Neuen Medien nutzen Risiken fr Unternehmen vermeiden before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social-Media-Management: Chancen der Neuen Medien nutzen Risiken fr Unternehmen vermeiden:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Der Titel hlt, was er verspricht!Von Annette HallmannDer Titel hlt, was er verspricht! Das Buch ist eine gute und verstndliche Einfhrung ins Thema; die Chancen und Risiken sozialer Medien werden nachvollziehbar erlutert.Thomas Khler

formuliert klare Standpunkte und gibt wirklich brauchbare Tipps für Unternehmen und Institutionen, die einsteigen wollen. Er liefert dem Leser ein breites Spektrum an Beispielen von social media guidelines aus den verschiedensten Branchen und beleuchtet dabei nicht die technischen Elemente, sondern schreibt die Wachsamkeit für die Aspekte der Organisationsentwicklung. Seine Botschaft: Die Einführung und Nutzung von social media in Unternehmen und Institutionen ist keine Frage der IT-Expertise - sie braucht ein kluges Management! Ein wirklich guter Beitrag zur aktuellen Diskussion rund um das Thema - absolut lesenswert! 0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Empfehlenswert! Von Marli Sehr interessantes und aktuelles Buch! Wenn man im Bezug auf soziale Netzwerke auf dem neuesten Stand sein will, kann ich es nur empfehlen. Auch findet man in dem Buch zahlreiche Ratschläge zum Umgang mit sozialen Netzwerken!

Produktbeschreibung Social-Media-Management enthält alles Wissenswerte für den richtigen Umgang mit Social Media im Unternehmen. Mit zahlreichen Praxisbeispielen, konkreten Tipps und Empfehlungen liefert dieses Buch das notwendige Rüstzeug für die Entwicklung einer eigenen Social Media Guideline mit dem Ziel, die Potenziale des Web 2.0 für das Unternehmen besser nutzbar zu machen und dabei Risiken für die eigene Reputation zu vermeiden. Inhaltsverzeichnis Vorwort Social-Media-Grundlagen Im Sog der Social Networks Blogs Microblogs (Twitter) Wikis Contentsharing Bewertungsplattformen Crowdsourcing Adaption von Social Media im betrieblichen Umfeld Risiken und Fallstricke von Social Media im Unternehmen Zeitverschwendung Social Media Social Media als Sicherheitsrisiko Verbreitung von Schadsoftware Risiken für Datenschutz und Privatsphäre Weitere unerwünschte Nebenwirkungen Social Media Disaster Gefälschte Produktbewertungen Was sonst noch schiefgehen kann "Wir basteln uns ein Social-Media-Desaster" Social Media im Spannungsfeld von Individuum und Unternehmen Fazit aus Unternehmenssicht Erfolgsfaktor Social Media: Wie Unternehmen heute schon erfolgreich Social Media nutzen Es geht nicht (mehr) ohne Social Media Social Media im Unternehmen Marketing/Marktforschung/PR/Vertrieb/Kundenservice und -support/Produktentwicklung/Produktion/Personal-Recruiting und -Entwicklung/Interne Kommunikation Beispiele für erfolgreichen Social-Media-Einsatz im Unternehmen Audi BGLT - Berchtesgadener Land Tourismus Ferchau Engineering Telekom Social-Media-Management Verbote sind keine Lösung Social Media intern "verkaufen" Der Mitarbeiter als Marken-/Unternehmensbotschafter Die Bedeutung von Social-Media-Richtlinien Warum eine Social Media Policy v.m.

Kurzbeschreibung "Social-Media-Management" enthält alles Wissenswerte für den richtigen Umgang mit Social Media im Unternehmen. Mit zahlreichen Praxisbeispielen, konkreten Tipps und Empfehlungen liefert dieses Buch das notwendige Rüstzeug für die Entwicklung einer eigenen Social Media Guideline mit dem Ziel, die Potenziale des "Web 2.0" für das Unternehmen besser nutzbar zu machen und dabei Risiken für die eigene Reputation zu vermeiden. Der Autor und weitere Mitwirkende Thomas R. Khler, Jahrgang 1968, gilt als einer der führenden deutschen Online-Experten. Er ist Autor zahlreicher Standardwerke zu Technologiethemen (zuletzt Die Internetfalle, FAZ-Buch 2010) und Geschäftsführer der CE21 Gesellschaft für Kommunikationsberatung mbH in München.