

(Pdf free) Social Media Management: Wie Marketing und PR Social Media-tauglich werden

Social Media Management: Wie Marketing und PR Social Media-tauglich werden

Von Felix Beilharz

*audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC*



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #792243 in BcherVerffentlicht am: 2012-12-01Abmessungen: 9.49 x .67b x 6.77l, Einband: Taschenbuch296 Seiten | File size: 63.Mb

Von Felix Beilharz : Social Media Management: Wie Marketing und PR Social Media-tauglich werden before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media Management: Wie Marketing und PR Social Media-tauglich werden:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Lange darauf gewartet - Sehr gelungenes Social Media Management Buch
Von Peter Schreiber
Stil: Ich habe das Buch erst vor Kurzem bestellt und auch gleich am ersten Tag verschlungen. Ich nutze es sowohl für die tägliche Arbeit, als auch als Nachschlagewerk für Sonderfälle. Mir persönlich hat der Schreibstil sehr zugesagt, da der Autor Felix Beilharz fleißig ist, sein Wissen sehr offen und direkt zu vermitteln und dabei gut erklärt. Es ist aufgrund des Schreibstils für Manager, Berufseinsteiger und Interessierte sehr zu empfehlen, da der rote Faden und die Gedankenführung sehr gut hervorkommt und man sehr schnell versteht, worum es inhaltlich geht. Die verwendeten Screenshots und praktische Anleitungen haben sehr geholfen und dieses Buch für mich zu einem zuverlässigen Begleiter im Büro gemacht.
Zwischenbewertung: ++
Inhalt: An dieser Stelle erspare ich mir, eine ausführliche Inhaltswiedergabe, denn diese wäre zu lang (Dank des sehr umfangreichen Inhalts!) und geht in eine Bewertung/Rezension aus meiner Sicht nicht hinein. Die genaue Aufteilung können Sie schließlich dem Inhaltsverzeichnis entnehmen. ..Sondern bewerte den Inhalt direkt. Jedoch muss ich deutlich erwähnen, dass in Kapitel 1 die Sozialen Netzwerke sowie dessen Entwicklung und Potentiale SEHR GUT und zutreffend beschrieben worden sind. Die Veränderung dessen ist ebenfalls ein wesentlicher Baustein - wohl der wichtigste, da die Veränderung die Planung der zukünftigen Strategien beeinflusst - sehr deutlich klargemacht und belegt worden. Urteil: +++
Die beruflichen Möglichkeiten und Perspektiven in Kapitel 2: umfassend und gut! Besonders die detaillierte Darstellung der Qualifikationen, die ein Social Media Manager mitbringen muss und die Aufgaben die er übernimmt sind verständlich und aufklarend gefasst. Ich sage: ++
Das Vorstellen verschiedener Methoden und Strategien im folgenden Kapitel wird durch die Einbringung von Beispielen und Anleitungen, sowie Screenshots sehr klar und nahe. Für jemanden, der ein Rundumwerk benötigt ist dies das richtige Buch, da es den Leser bei der Planung und dem vollständigen Umsetzen von Strategien begleitet und unterstützt. Top: +++
Kapitel 4 befasst sich mit den Social-Media-Guidelines und ist mit Praxisbeispielen versehen. Einfach gut und sinnvoll! ++
Das Buch im Buch ist das Kapitel 5. Hier lernt der Leser vieles über die Disziplinen des Social Media Marketings. Es ist wesentlich umfangreicher und geht mehr in die Tiefe, als die bisher vom Autor veröffentlichten Titel zu diesem Thema. Sehr informativ und wiederum sehr kreativ und inhaltlich lückenlos geschrieben. +++
Fazit: Alles in allem kann ich dem Buch volle 5/5 Bewertungspunkte geben, da es sich diese durch den Lerneffekt und den Inhalt redlich verdient hat. Ich stelle fest, dass es aufgrund des Schreibstils und der Intensität des Inhalts, sowie der Anleitungen und Praxisbeispiele, sehr zu empfehlen ist für jeden, der schnell, ausführliche Informationen und Zusammenhänge erfahren möchte und langfristig damit arbeiten will und ist somit für ein hochklassiges Geheimtipp für Manager, Berufseinsteiger und Interessierte. Dringend zu empfehlen! [Wer Fehler in der Orthografie oder Interpunktion meiner Rezension findet, darf diese selbstverständlich kostenlos mit nach Hause nehmen ;-)]
Der Kauf lohnt: Social Media Management: Wie Marketing und PR Social Media-tauglich werden
2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Felix Beilharz: Noch ein Buch über Social Media? Ja, und was für eins!
Von Ralph Günther
Was es als Social Media Anwender zu beachten gilt, lässt sich mit Sicherheit nicht an fünf Fingern abzählen. Expertenwissen also unbedingt erwünscht. Wie das von Felix Beilharz: Mit seinem aktuellen Buch bringt er Licht ins Dunkel der weiten Social Media Welt. Von vielen wird die Reaktion wohl sein: Noch ein Buch über Social Media? Ja! Und wie ich finde völlig zu Recht. Kein Buch wie alle anderen, sondern Handwerkszeug für die Praxis. Als Felix Beilharz sein erstes Buch über Social Media-Marketing schrieb, existierte in der deutschen Literaturlandschaft gerade mal eine Handvoll Bücher zum Thema. Das war einmal: Mittlerweile gibt es selbst zu spezifischen Aspekten ausführliche Fachliteratur. Eine Tatsache, der sich auch der Experte bewusst ist. Mit seinem neuesten Werk Social Media Management: Wie Marketing und PR Social Media-tauglich werden, wollte er deshalb auch kein allgemeines Buch zum Thema schreiben, sondern Hilfestellungen geben für das, was Social Media Manager in ihrer täglichen Arbeit erwartet. Neben einem allgemeinen Einblick geht es um Strategieentwicklung, Zieldefinition, Kanalauswahl, Zeitmanagement, um rechtliche Fragen, Monitoring, die richtige Reaktion auf Kommunikations-Krisen bis hin zum Trend SoLoMo, ein Akronym für Social Mobile Local um nur einige Themenkomplexe zu benennen. Warum Social Media Strategien so wichtig sind. Dass der Nutzen von Social Media außer Frage steht, müsste inzwischen jedem Freiberufler klar sein. Allerdings bringt es nichts, das Thema ohne eine Strategie anzugehen: Einfach mal darauf los socialen ist der falsche Weg. Das findet auch Felix Beilharz und widmet dem Thema gleich ein ganzes Kapitel. Darin bekommt der Leser verschiedene Modelle aufgezeigt, an denen er sich in puncto Strategieentwicklung ganz praktisch entlang hangeln kann: - POST-Framework: People (Zielgruppen), Objectives (Ziele), Strategy (Strategie), Technology (Technik) - 7C-Modell: Contribution, Context, Contact, Content, Connection, Conversation, Conversion - ZEMM-MIT-Methode: Ziele definieren, Mitmachen, Managen Menschen / Inhalte / Tools - Trampelpfad-Modell: alternativer Denkansatz und diametraler Gegensatz zu den anderen Ansätzen. Der Knigge 2.0: Social Media Guidelines. Doch was nutzt die richtige Strategie wenn sich niemand daran hält, oder sie jeder nach seinem eigenem Verständnis umsetzt? Eben! Auch diesem Thema widmet der Experte ein ganzes Kapitel, indem es in puncto Knigge 2.0 um - Aufgaben von Social Media-Guidelines, - deren Elemente und Aufbau, sowie - deren Einführung und Implementierung im Unternehmen geht. Fazit: Prädikat: Lesenswert! Der erste Eindruck hat sich definitiv bestätigt, dieses Buch ist ein hilfreiches Werkzeug für die Praxis von Social Media Marketern und solchen, die es noch werden wollen. Felix Beilharz geht explizit auf die Handlungsoptionen im Web 2.0 ein und lässt breitgetretene, 1000mal-gehrte Elemente direkt bei Seite. Gerade auch Freiberufler, die noch am Anfang ihrer Social Media

Erfahrung stehen, lege ich dieses Buch sehr ans Herzen. Also alle ran ans Publizieren, Interagieren und Netzwerken! Ralph Gnther, exali1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gut erklrt - Von der Vorbereitung bis zur UmsetzungVon Oliver SchumacherFelix Beilharz zeigt in seinem Werk, wie der Leser zum Social Media Manager wird. Diese Ttigkeit ist sehr komplex, was sptestens beim Lesen des Berufsbildes und dem Anforderungsprofil ab Seite 29 zu erkennen ist. Schn finde ich, dass er ber mehrere Seiten Aus- und Weiterbildungsanbieter sowie Verlage und Veranstalter auffhrt, wo sich Interessierte austauschen und weiterqualifizieren knnen.Es werden Tipps fr die Erstellung einer Strategie gegeben sowie Empfehlungen fr Social-Media-Guidelines benannt. Weitere Themen sind Mitarbeitersuche, Marketing, Krisen-PR, Erfolgsmessung sowie Zeit- und Projektmanagement.Rechtliche Bedenken (beispielsweise Bedenken wegen Gewinnspiele und Impressumsangaben bei Facebook) werden im Rahmen eines rund 20seitigen Gastbeitrags von einem Rechtsanwalt aufgegriffen und geklrt. Das rund 300seitige Werk schliet mit 10 Interviews mit weiteren Experten. Die Idee mit den Interviews finde ich gut, da so viele Themen auch von einer anderen Seite beleuchtet werden.Das Buch hat sich fr mich gelohnt. Denn nun verffe ich ber eine Struktur, wie ich ein Konzept fr eine erfolgreiche Social Media Arbeit erstelle.

KurzbeschreibungSocial Media ist mittlerweile zur Pflicht fr viele Unternehmen geworden. Die neue Herausforderung fr Marketing, PR und Kundenkommunikation ist die Professionalisierung des digitalen Dialogs. Ein Dialog auf Augenhhe mit Kunden und der interessierten ffentlichkeit. Das erfordert ein zeitnahes, aktives Social Media-Management: publizieren, interagieren, netzwerken. Und gerade hier hinken klassische PR- und Marketing-Fachleute aus der Welt der Einwegkommunikation hinterher.Florian Semle illustriert in diesem Buch die ganze Bandbreite des Social Media-Managements. Von der Konzeption ber die kreative Umsetzung bis hin zur Steuerung der Kommunikation 2.0 liefert dieses Handbuch das Rstzeug fr den Social Media-Manager.ber den Autor und weitere MitwirkendeFelix Beilharz ist aktiver Blogger, Berater und Dozent fr Social Media und Online-Marketing. Seit 2002 bert er mittelstndische und groe Unternehmen. Der Social-Media-Experte ist gefragter Redner und publiziert regelmig Fachbeitrge in Online- und Printmedien. Weiterhin ist er Autor mehrerer Bcher zum Thema.