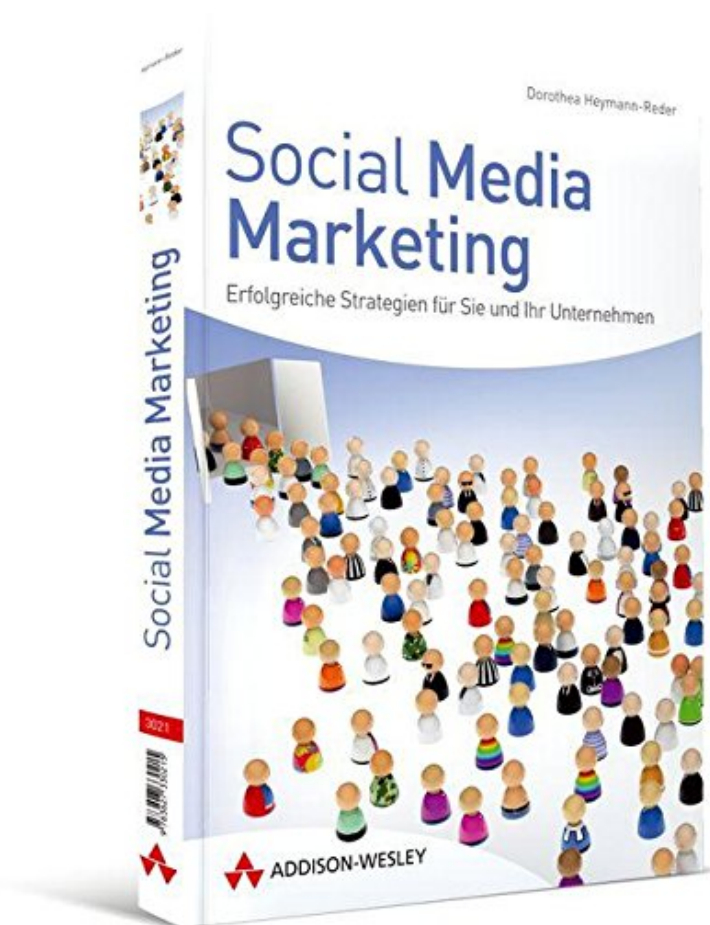


[Mobile pdf] Social Media Marketing - Der farbige Ratgeber zur Image- und Firmen-Promotion im Web 2.0: Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen (Bizztec)

Social Media Marketing - Der farbige Ratgeber zur Image- und Firmen-Promotion im Web 2.0: Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen (Bizztec)

Von Dorothea Heymann-Reder
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #362257 in BcherVerffentlicht am: 2011-03-01Plattform: No Operating SystemAbmessungen: 9.49 x .59b x 6.73l, Einband: Taschenbuch272 Seiten | File size: 24.Mb

Von Dorothea Heymann-Reder : Social Media Marketing - Der farbige Ratgeber zur Image- und Firmen-Promotion im Web 2.0: Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen (Bizztec) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media Marketing - Der farbige Ratgeber zur Image- und Firmen-Promotion im Web 2.0: Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen (Bizztec):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen9 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Neun Argumente zum LesenVon Jrg HoewnerKurzverdikt: Must readWenn man in nach "Social Media Marketing"-Bchern sucht, erhlt man ber 200 Buchvorschlg mit dieser Phrase im Titel, noch viel mehr Ergebnisse, wenn man

englischsprachige Titel mitrechnet und Bücher, die sich um das gleiche Thema drehen, aber SMM nicht im Titel führen. Warum also noch eins? Weil es für Themenneulinge und Fortgeschrittene das nahezu komplette Thema von A bis Z durchdekliniert. Weil auch Themen angesprochen werden (z.B. Frageportale, Richtlinien von Facebook, um nur einige Themen zu nennen), die woanders nicht zu finden sind. Weil es das aus einer deutschsprachigen Perspektive macht. Weil es lesbar ist durch eine sehr locker lesbare Sprache, trotzdem nicht zu sehr redundant plaudernd. Weil es sehr gut illustriert ist. Weil es auf dem neuesten Stand ist. Weil es systematisch und präzise vorgeht und durch die durchgängig konsistente Kapitelgliederung auch zum selektiven Genuss geeignet ist. Weil es extrem praxisorientiert ist, ohne Basics zu vernachlässigen. Weil es zum Teil auch kritische Aspekte anspricht (z.B. die selbstreferentielle Szene). Lesen. 6 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Dieses Buch darf in keiner PR-Abteilung eines Unternehmens fehlen! Von H. Philippski Immer mehr Menschen, Behörden, Organisationen und Firmen vernetzen sich in Netzwerken wie Facebook, Twitter, XING, Bookmark-Dienste, Blog bis hin zu YouTube. Genau hier liegen die großen Potentiale, die Unternehmen und Organisationen für sich nutzen können. Die Autorin beginnt dabei ganz von vorne und setzt keine Vorkenntnisse voraus, denn nach der Einführung zu diesem Buch geht's mit den Grundlagen weiter. Hier erfährt der Leser was es mit Social Media auf sich hat, welche Netzwerke es gibt und wie sie funktionieren. Fallbeispiele zeigen wie wichtig eine gute Vorbereitung und Planung der Social Media Strategie für Unternehmen ist und welche geeignet ist. In Kapitel 4 wird die Social Media-Integration in Unternehmen beschrieben. In diesem, meiner Meinung nach sehr wichtigen Kapitel, wird aufgezeigt wie man die Kompetenz und das Engagement loyaler Mitarbeiter nutzt. Hier wird auch deutlich, wie wichtig klare Richtlinien für Mitarbeiter sind, um ein PR-Debakel zu verhindern. Allerdings ohne die Authentizität der Mitarbeiter zu untergraben. Wichtig ist auch die Erfolgsmessung der Strategien. Auch diese Thematik wird in diesem Buch behandelt und sehr schnell beschrieben sowie Werkzeuge genannt, die bei der Messung und Auswertung behilflich sind. Da der Fachkräftemangel in Deutschland immer spürbarer wird und sich potentielle neue Mitarbeiter in Social Media Netzwerken über Unternehmen informieren, kann man diesen Umstand für sich nutzen und zusätzlich Kosten für aufwendige Stellenausschreibungen einsparen. Mein Fazit: Dieses Buch darf in keiner PR-Abteilung eines Unternehmens fehlen! Mit diesem Buch ist man seinen Mitbewerbern einen Schritt voraus und einer Zielgruppe noch näher! 4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr hilfreiches Buch. Von Klatschmohn63 Inhaltlich sind die "Vorzensenten" ja schon sehr ausführlich auf den Leitfaden "Social Media Marketing" eingegangen. Ich habe das Buch gekauft, weil ich als Online-Redakteurin immer wieder gefragt werde, ob man nicht mehr mit "Web 2.0" machen könnte - und mir ein bisschen der Überblick über die Vielzahl der Möglichkeiten und ihre Einsatzmöglichkeiten fehlte. Das Buch von Heymann-Reder hat mir sehr geholfen, etwas Klarheit in diesen Dschungel zu bringen. Es ist gut und verständlich gegliedert und geschrieben und auch das übersichtliche Layout hat mir gefallen. Also, ein rundum empfehlenswertes Handbuch auch (aber nicht nur) für Einsteiger!

textico.de Mit Facebook, Twitter und dem Web 2.0 kam auch gleich die Goldgräberstimmung 2.0 im WWW auf: Social Media heißt das Zauberwort und verspricht unerschöpflichen Zugang zur Marketing-Ressource Nr. 1: der menschlichen Aufmerksamkeit. Dorothea Heymann-Reder ist eine der Goldgräberinnen, die nicht einfach nur mit der Schaufel losrennen, sondern genau wissen was sie tun - ihr Social Media Marketing: Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen ist ein fundiertes Arbeitsbuch, das alle Werkzeuge und das entsprechende Know How liefert, um sich selbst oder eine Firma optimal im Social Web zu platzieren und zu vermarkten. Heymann-Reder Vorgehen ist sehr sorgsam - das ist in einem Themenbereich, in dem Tempo das Maß der Dinge zu sein scheint sehr, sehr angenehm und entschleunigt wohltuend. Passend dazu platzt sie auch nicht gleich mit dem neuesten Hypes heraus, sondern liefert erst mal die Grundlagen, Hintergründe und Entwicklungen plus einem kompletten Kapitel Fallstudien für Musiker, Finanzunternehmen, Große und Kleine. Danach stellt sie die gemeinhin "Media Governance" genannten Regeln für den Umgang mit Social Media etwa in Unternehmen vor, entsprechendes Marketing und die Erfolgskontrolle. Erst kommen die wichtigsten Social Media-Plattformen: Facebook, Twitter, Foren, Blogs, Netzwerke, Portale. Passend liefert sie Tipps und Werkzeuge, Vorgehensweisen und Erfahrungen inklusive Leistungen und Nutzen von Agenturen. Klar, ruhig, fundiert und konzentriert - Social Media Marketing: Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen ist eine einfache, beispielhafte Lektüre für die Praxis. --Wolfgang Tre/textico.de Kurzbeschreibung Ein echter Ratgeber zu Image- und Firmenpromotion in Social Media Portalen. Nach einer Einführung über die Sichtbarkeit im Internet, gibt es eine ausführliche Bedarfsanalyse für diverse Zielgruppen. Es folgen Marketing Strategien rund um die SMM-Grundstrategie "Zuhören", "Community-Arbeit leisten", "Mehrwert schaffen", "Reputation stärken". Die Autorin wertet alle Social Media Sites kritisch in Bezug auf die Ansprache ihrer Leser und bietet richtige und falsche Verhaltensbeispiele. Sie berät außerdem zum Aufwand der geplanten Marketingaktionen. Was kann man selber machen? Welche Aspekte der Außenwirkung kann man delegieren (Agenturen). Kosten und Risiken. Gute Fallbeispiele zu den einzelnen Themen runden das Buch ab. Das Social Media Marketing-Buch für Einzelkämpfer und Unternehmen. Lassen Sie Ihre Persönlichkeit wirken. Beziehen Sie - als Firma - Social Media in Ihren Marketingmix und die Unternehmenskommunikation mit ein. Bauen Sie sich in sozialen Netzwerken eine Gefolgschaft auf. Die Autorin zeigt

den Unterschied zum traditionellen Marketing und bietet Argumentationshilfen für Marketingabteilungen. Lernen Sie Erfolgsmessung und ROI von Social Media-Engagement, Best Practices und Strategien für B2B und B2C. Gestalten Sie Ihre Social Media-Aktivitäten zielgruppengerecht und nachhaltig. Holen Sie sich Tipps zu den richtigen Kanälen für Ihre individuellen Zwecke: Kundenbindung durch Twitter, erfolgreiche Videos auf YouTube, B2B-Marketing auf Business-Plattformen u.v.m. Schauen Sie sich die Beispiele gelungener Social Web-Kampagnen an und holen Sie sich Rat zu Agenturen. Aus dem Inhalt: Die Grundlagen Fallstudien Social Media Governance Marketing und Social Media Erfolgsmessung Social Media-Plattformen Freundesnetzwerke Facebook Twitter Verbraucherportale und Foren Blogs Business-Netzwerke Foto- und Videoportale Präsentationen und Frage-Antwort-Portale Social Bookmarking und News Agenturen Expertenrat über den Autor und weitere Mitwirkende Dorothea Heymann-Reder studierte Sprachen, Linguistik und Sprachliche Informationsverarbeitung in Köln und bersetzt seit 1996 für viele renommierte Fachverlage technisch-wissenschaftliche Bücher. In den letzten Jahren hat sich ihr Bersetzungsspektrum um Themen wie Digitalfotografie, Präsentationen und Internetmarketing erweitert. Seit 2009 beschäftigt sie sich verstärkt mit dem Thema Social Media Marketing und hat bereits einige Unternehmen in diesem Feld beraten. Viele ihrer bisher rund 85 Titel sind auch in der bersetzten Fassung Bestseller geworden - wohl auch durch die leserfreundliche Sprache, die das Verstehen leicht macht.