

Social Media Marketing fr Unternehmer; Der 30-Minuten-Faktor

Von Jens Schlter

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #1363062 in BcherVerffentlicht am: 2013-07-01Abmessungen: 8.39 x .79b x 5.47l, Einband: Taschenbuch284 Seiten | File size: 68.Mb

Von Jens Schlter : Social Media Marketing fr Unternehmer; Der 30-Minuten-Faktor before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media Marketing fr Unternehmer; Der 30-Minuten-Faktor:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Viel Wirkung, wenig ZeitaufwandVon Andreas K Giermaier LernenDerZukunft[[VIDEOID:mo2GFXY502I8XU7]]In seinem neuen, 2013 erschienenen Werk, gibt Jens Schlter nicht nur allgemeine Tipps zu Sozialen Medien, sondern hat sich Experten aus den jeweiligen Bereichen geholt, sie interviewt und eine zeitsparende Gesamtstrategie entworfen,

die Ihnen in NUR 30 Minuten zum gewünschten Erfolg verhelfen soll. Hab Herrn Schlter bald zu Gast in meiner neuen Lernenden Zukunft Talkshow, freu mich auf ein spannendes Coaching Gespräch von dem Sie sicherlich das eine oder andere mitnehmen werden können. Lesetipp in jedem Fall! http://www..de/gp/product/3827331633/ref=as_li_tf_tl?ie=UTF8&camp=2514&creative=9386&creativeASIN=3827331633link. 210 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Konzept nicht konsequent durchgezogen Von W. Bnisch Was ist eigentlich das größte Problem bei Social Media für kleinere und mittlere Unternehmen? Nein, nicht der Inhalt. Auch nicht immer die Auswahl der Plattform. Vielmehr ist es der Zeitfaktor, wenn man dieselben mal fragt. Ganz schnell hört man den Satz Das auch noch? Wann soll ich denn DAS ALLES schaffen?. Und eigentlich haben sie schon recht. Denn wir, die Profis, die wir uns tagtäglich auf Facebook, Twitter oder Youtube bewegen, wir, die mehrere Blogs parallel wchentlich befüllen, wir, die immer ein Auge auf die neusten Trends haben, wir, die wir fast alles über Strategie, Contentmarketing, Blogger Relations, Statistik etc. meinen zu kennen ja wir, die mit Social Media ihr Geld fürs tägliche Brot verdienen, vergessen allzuleicht, dass für die Anderen der Zeitfaktor eben ein wirklicher Hemmschuh in der (effektiven) Nutzung sein kann. Ja, Social Media zu nutzen kostet Zeit, vor allem für die Unternehmen wie Handwerker, kleine Bros etc., die Aufträge akquirieren müssen, bestehende Kundenaufträge zur Zufriedenheit erledigen müssen und sich am Abend dann noch mit der Buchhaltung beschäftigen müssen. Familien- und Freizeitleben kommen schon dabei oft zu kurz. Und dann sollen sie noch Social Media nutzen. Ja, dazu braucht es eben eine definierte Zielstellung, eine sinnvolle Plattformausswahl und eben ein gutes Zeitmanagement. Dies zu erkennen, individuell auszuarbeiten, auch nächste zu nehmen, funktioniert eben mit Workshops oder eben in Selbstlektre mit einem Buch wie das von Jens Schlter: Social Media Marketing für Unternehmer. Der 30-Minuten-Faktor. Wie schon der Titel andeutet, verspricht Schlter den oben genannten Unternehmen eine Social Media Praxisstrategie, die letztlich täglich nur 30 Minuten beansprucht. Schafft er es, seiner Zielstellung im Buch gerecht zu werden? Werfen wir einmal einen Blick auf den Inhalt. Ganz typisch für solche Ratgeber erklärt er zunächst, was überhaupt Social Media Kommunikation/Marketing ist, führt in die verschiedenen Plattformen ein, definiert ausführlich Begriffe wie Influencer und geht natürlich der Strategiefrage nach. Im zweiten Kapitel geht es ums Networking und um den emotionalen Faktor in der Kommunikation. Dann widmet er sich den Online Relations, wobei es hier mehr um die technischen Möglichkeiten von Informationsflüssen (RSS, Twitter, Newsletter etc.) geht. Das vierte Hauptkapitel ist endlich dem eigentlichen Kern des Buches, dem 30-Minuten-Faktor, gewidmet. In 5 logisch aufgebauten Schritten erklärt er dem Leser sein Strategie-Zeit-Modell. Komischerweise ist das fünfte Kapitel wieder den Plattformen Xing, Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube und Blogs gewidmet. Diesmal stellt Schlter diese zwar ausführlicher vor, jedoch wirkt es wie eine zu breite Wiederholung des ersten Plattformenteils. Beide zusammenzuführen hätte das Buch gestrafft und diesen Beigeschmack der (platten) Wiederholung beim Leser nicht hinterlassen. Leider liest sich auch keine Verbindung zum 30-Minuten-Faktor aus dem vorhergehenden Kapitel erkennen, wie es wohl bestimmt die eigentliche Intention war. Das letzte Kapitel gibt noch einmal als Stolpersteine benannte Hinweise zur praktischen Umsetzung in der Social Media Kommunikation. Schlters Social Media Ratgeber ordnet sich brav in die Reihe der schon zahlreichen Bücher ein. Liest man den großen Fauxpas der Wiederholung beiseite, ist das Buch ordentlich aufgebaut, inhaltlich solide gearbeitet. Der Konsens über Social Media hinsichtlich Zielgruppendefinition, menschlich basierte Kommunikation, Plattformentzung, -reichweite, Strategie etc. findet man im Werk wieder, Überraschungen oder gar neue Erkenntnisse gibt es nicht. Aber wie gesagt, ordentlich, gut und flüssig lesbar niedergeschrieben. Einzig und allein der schon im Untertitel beworbene 30-Minuten-Faktor kommt im Buch eindeutig zu kurz hinüber. Beim Lesen hatte ich oft das Gefühl, dass dieser als Pseudoaufhänger für noch einen Ratgeber fungiert. Schlter hat es leider verpat, wirklich den Zeitfaktor konsequent durch das Buch durchzudeklinieren. Fazit: Social Media Marketing für Unternehmer. Der 30-Minuten-Faktor von Jens Schlter ist ein handwerklich ordentlicher Ratgeber in der Reihe der Social Media Ratgeber. Der Autor schafft es mit seinem Buch, kleinen und mittleren Unternehmen einen praxisnahen Ratgeber für die Umsetzung in die Hand zu geben. Jedoch kommt der 30-Minuten-Faktor wesentlich zu kurz. Hier hätte sich Schlter enger an seine gewählte Zielstellung halten müssen. 2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. ein hochaktuelles Thema umfassend erklärt Von Gabriela Krieger Seminarscout Der Nutzen von Social Media wird hier umfassend und vor allem leicht verständlich erklärt. Hochkartridge Co Autoren wie Lars Schfer, Joachim Rumohr und Thorsten Hahn geben zusätzlich hilfreiche Tipps aus der Praxis. Wichtige Themen wie virales Marketing und Netiquette werden praxisnah erklärt. Die einzelnen Plattformen, wie zB Xing und Bloggingdienst Twitter werden detailliert erklärt. So kann jeder Unternehmer individuell entscheiden, was für sein Unternehmen sinnvoll ist. Auch Bewertungsportale kommen nicht zu kurz. Dieses Buch kann ich vorbehaltlos empfehlen und freue mich schon den Autor mal live bei einem Workshop erleben zu dürfen. Lieben Gru Gabriela Krieger Seminarscout

Kurzbeschreibung Freiberufler und Einzelunternehmer sind nicht nur Unternehmer, sondern nur allzu oft auch ihre besten und einzigen Angestellten. Da ist der größte Engpass bereits vorprogrammiert: Die Zeit. Mit der Entwicklung des 30-Minuten-Faktors für Social Media Marketing ist ein praxiserprobtes Tool für eine der größten gewerblichen Zielgruppen

Deutschlands entstanden. Aus dem Inhalt: Eine neue, digitale Welt: Plattformen und Netzwerke, virales Marketing, Strategie Networking der Mensch im Mittelpunkt: Emotionen, Beziehungen, Netiquette Online-Relations: Public Relations, Newsroom, Redaktionsplan Der 30-Minuten-Faktor: Die fünf Schritte zum Erfolg Plattformen im Detail: XING, Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Blogs Countdown: Intern oder extern, Stolpersteine, Checklisten Besuchen Sie auch die Facebook-Seite des Autors und diskutieren Sie mit. ber den Autor und weitere Mitwirkende Jens Schlter, gelernter Grafikdesigner, hat sich frhzeitig den Onlinemedien verschrieben und fhrt heute die Kommunikationsagentur emandu communications. Er arbeitet als Kommunikationstrainer und Speaker. Schwerpunkt seiner Arbeit sind dabei die Mglichkeiten des Web 2.0. Er zeigt seinen Kunden, wie Unternehmenskommunikation mit Social Media funktioniert und begleitet sie bei der Einfhrung. Er spricht und schreibt aus der Praxis fr die Praxis.