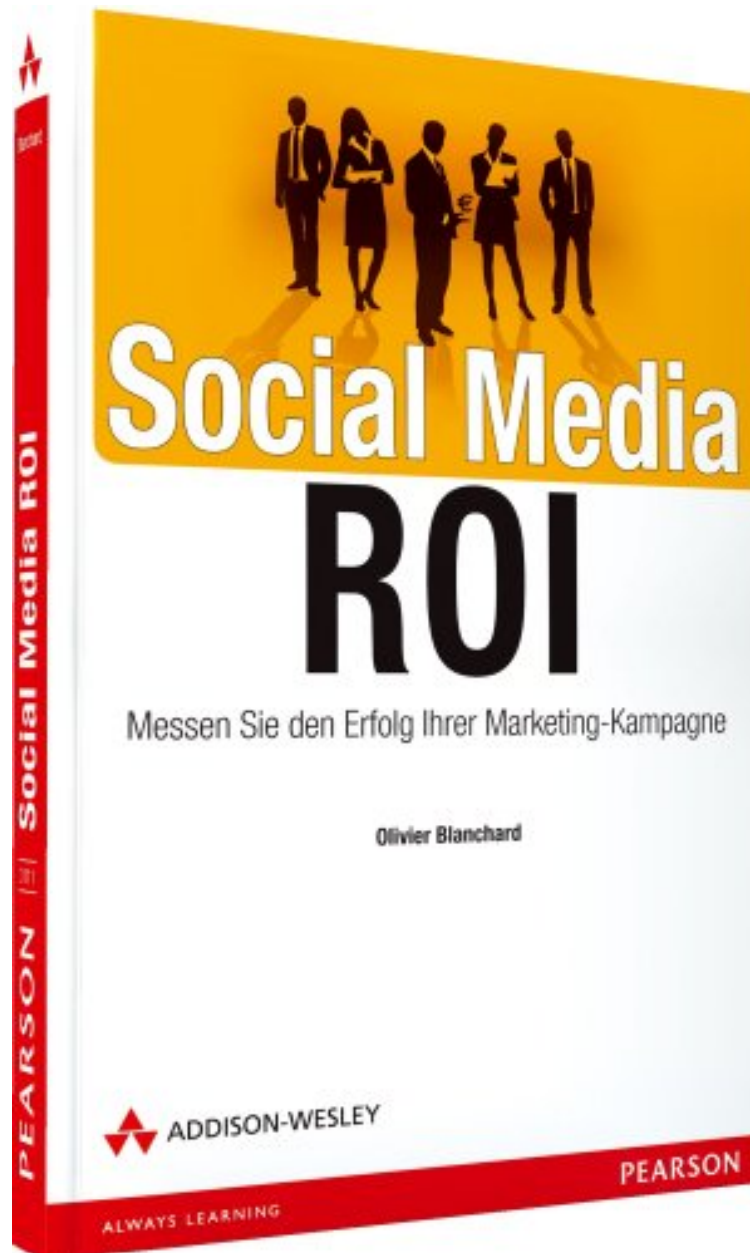


[Free] Social Media ROI: Messen Sie den Erfolg Ihrer Marketing-Kampagne (Bizztec)

Social Media ROI: Messen Sie den Erfolg Ihrer Marketing-Kampagne (Bizztec)

Von Olivier AW Blanchard

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrang: #601605 in BcherVerffentlicht am: 2011-10-01Abmessungen: 8.46 x .87b x 5.55l, Einband: Broschiert368 Seiten | File size: 53.Mb

Von Olivier AW Blanchard : Social Media ROI: Messen Sie den Erfolg Ihrer Marketing-Kampagne (Bizztec) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media ROI:

Messen Sie den Erfolg Ihrer Marketing-Kampagne (Bizztec):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Pflichtlektüre für alle Social Media Manager
Von W. Bnischber
Social Media ROI wird spätestens nach dem ersten Facebook-Kampagnenbericht in der Chefetage gesprochen: "Lohnt sich Social Media für unser Unternehmen?". Oft treffen dann unterschiedliche Erwartungshaltungen der Geschäftsführung und des Social Media Managers aufeinander, die im schlimmsten Fall Budgetkürzungen oder gar Entlassung für letzteren bedeuten. Neben Strategie ist ROI eines der beliebtesten Fragen bei Social Media, wenn es um Taktik, Organisation, Verwaltung und Effizienz geht. Social Media ROI wird aber auch kontrovers diskutiert: von unbedingt bis vernachlässigbar ist alles dabei. Olivier Blanchard hat mit seinem Buch "Social Media ROI" endlich ein Werk vorgelegt, das tatsächlich hilft diesen zu definieren und zu erreichen. Dabei geht er das Thema grundstzlich an: angefangen von der Zielsetzung eines Social Media Engagements, über den Aufbau, Krisenmanagement, Social Media Guidelines, Organisation und Integration in bestehende Firmenstrukturen bis zur Definition des ROI anhand der Zielsetzung. Durch seine Herangehensweise gewinnt das Buch enorm: denn ohne die Grundlagen kann kein ROI erreicht werden. Man merkt Blanchard an, dass er ein tatsächlicher Experte mit viel Erfahrungen in diesem Gebiet und kein Schaumschläger oder selbst ernannter Guru ist. Dankenswerterweise hat er auf die Beschreibung von aktuellen Social Media Monitoring Tools verzichtet und so zur Langlebigkeit seines Werkes verholfen.
Fazit: Das Buch ist eine unbedingte Pflichtlektüre für alle Social Media Manager und Unternehmensentscheider, die das Thema richtig und grundstzlich angehen wollen.
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Die Entwicklung eines Social-Media-Programms
Von Rolf Dobelli
Der Ansatz des Marketingexperten Olivier Blanchard ist ebenso simpel wie einleuchtend: Social-Media-Aktivitäten sind eine Investition, deren materieller Erfolg man messen kann und soll. Der Titel Social Media ROI ist jedoch etwas irreführend, denn er verspricht weniger, als das Buch tatsächlich bietet: Die Tipps zur Erfolgsmessung sind lediglich Teil einer kompletten Anleitung zur Integration eines Social-Media-Programms ins Unternehmen. Dabei beleuchtet Blanchard Entwicklung, Integration und Management von Social-Media-Aktivitäten ebenso wie die Rekrutierung des richtigen Personals oder das Outsourcing spezieller Bereiche. Bei einem so schnelllebigem Thema wie dem Internet ist es nicht unproblematisch, wenn ein Buch in der deutschen Übersetzung ein ganzes Jahr später erscheint als das Original. Umso erfreulicher ist es, dass Blanchard nicht den Umgang mit bestimmten Portalen in den Vordergrund stellt, sondern Grundprinzipien behandelt, die längerfristig gültig sein dürfen.
getAbstract empfiehlt das Buch allen, die wissen wollen, wie man mit sozialen Medien den Umsatz steigert.
3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Pflichtlektüre für Social Media Macher
Von Thorsten Ising
'Social Media ROI - Messen Sie den Erfolg ihrer Marketing-Kampagne' von Olivier Blanchard beschäftigt sich mit einer wichtigen, für die meisten Unternehmen der zentralen, Frage: Was habe ich davon? Da diese Fragen natürlich nicht so einfach oder gar allgemeingültig zu beantworten ist, beschreibt der Inhalt zunächst Entwicklung von Social Media Programmen, Ausrichtung von Unternehmenszielen Social Media betreffend, Planungen von Erfolgsmessungen und weiteren Grundlagen. In der Fortführung beschreibt Blanchard die Integration der Grundlagen in Unternehmen und geht dabei sowohl auf Regeln, Richtlinien aber auch den Menschen an sich ein. Grundlegende Prinzipien, Geschäftsfunktionen wie Vertrieb, Personal oder Business Intelligenz finden dabei ebenso Beachtung wie Erfolgsmessung in materieller und/oder immaterieller Form. Ob Unternehmer, Führungskraft, Umsetzer oder Agenturler
'Social Media ROI - Messen Sie den Erfolg ihrer Marketing-Kampagne' spricht inhaltlich jeden an, der sich intensiver mit Social Media beschäftigt oder es in der Zukunft tun wird. Die Inhalte setzen ein wenig Erfahrung voraus und sind daher vielleicht nicht unbedingt der richtige Stoff für absolute Einsteiger. Fortgeschrittene erzielen mit der Lektüre allerdings einen Gewinn. Die Inhalte sind gut strukturiert, verständlich geschrieben, anwendbar und vor allem relativ zeitlos gehalten. Letzteres ist bei vielen Büchern rund um Social Media ein Problem durch die ständige Aktualisierung von Funktionen, Diensten etc. - dies ist hier nicht der Fall, da das Thema Dienst- und Serviceunabhängig behandelt wird. Das Buch ist ein Tipp und aus meiner Sicht eine Pflichtlektüre für alle, die das Thema auf dem Zettel haben.

Kurzbeschreibung
Das Buch Social Media ROI gibt Ihnen Antworten auf viele Fragen zum Thema erfolgreiches Marketing mithilfe von sozialen Netzwerken. Olivier Blanchard zeigt Ihnen, wie Sie systematisch eine Social Media Strategie für Ihr Unternehmen planen, durchführen und deren Erfolge messen können. ROI Return on Investment, führt Ihnen vor Augen, wie Sie mit der Durchführung Ihres Social Media Projektes Ihre Ziele erreichen, indem Sie Ihre Visionen in die Tat umsetzen und Ihrem Online-Auftritt zum Erfolg verhelfen. Egal, welche Anforderungen Sie an eine Social Media Marketing Kampagne haben, dieses Buch gibt Anregungen für jeden Bedarf.
Effizienter Kundendienst mit Social Media und viralen Technologien
Mit diesem Buch machen Sie Ihr Social Media-Programm zu einer echten Unternehmensdisziplin und richten es an den Zielen Ihrer Firma aus. Olivier Blanchard, führender Experte in Marketing und Markenpflege, beschreibt hier die neuesten Best Practices für Strategie, Planung, Umsetzung, Messung, Analyse und Optimierung. Sie lernen, Ihre materiellen und immateriellen Ziele zu definieren und zu

erreichen! Social Media ROI verrt Ihnen die Lsungen fr viele Ihrer Fragen, von der Programmstrukturierung ber die Gewinnung von Followern und das Definieren von Kennzahlen bis hin zum Krisenmanagement. Egal, ob Startup oder Global Player: Hier erfahren alle Unternehmen, wie sie mehr Wert aus ihren Social Media-Investitionen ziehen knnen. Aus dem Inhalt: Social Media-Aktivitten auf die Ziele und Funktionen des Unternehmens ausrichten Erfolge effektiv messen Vision, Zweck und Umsetzung klarer sehen Richtlinien und Verfahren fr effektives Social Media-Management einfhren Erst zuhoren, dann reden Social Media in kurz- und langfristige Marketing- und Branding-Kampagnen integrieren Mit Social Media schnelleren, besseren Kundensupport erbringen Die Mobilitt und Beilufigkeit der Social Media-Kultur nutzen Umsatzsteigerung durch das FRY-Konzept Olivier Blanchard ist Markenstrategie mit 15 Jahren Erfahrung in B2B- und B2C-Marketing von Produktion und Vertrieb bis hin zu neuen Medien und Konsumgtern. Er fhrt die Firma BrandBuilder Marketing und die Red Chair Group, die weltweit Fhrungskrft in Social Media-Nutzung schult. Bekannt wurde er durch sein Brand-Builder-Blog (<http://thebrandbuilder.wordpress.com>).

Dorothea Heymann-Reder bersetzt seit 15 Jahren Fachliteratur zu Computer- und Internet-Technologie. Sie ist auch Autorin des bei Addison-Wesley erschienenen Buches Social Media Marketing. Klappentext Effizienter Kundendienst mit Social Media und viralen Technologien Mit diesem Buch machen Sie Ihr Social Media-Programm zu einer echten Unternehmensdisziplin und richten es an den Zielen Ihrer Firma aus. Olivier Blanchard, fhrender Experte in Marketing und Markenpflege, beschreibt hier die neuesten Best Practices fr Strategie, Planung, Umsetzung, Messung, Analyse und Optimierung. Sie lernen, Ihre materiellen und immateriellen Ziele zu definieren und zu erreichen! Social Media ROI verrt Ihnen die Lsungen fr viele Ihrer Fragen, von der Programmstrukturierung ber die Gewinnung von Followern und das Definieren von Kennzahlen bis hin zum Krisenmanagement. Egal, ob Startup oder Global Player: Hier erfahren alle Unternehmen, wie sie mehr Wert aus ihren Social Media-Investitionen ziehen knnen. Aus dem Inhalt: Social Media-Aktivitten auf die Ziele und Funktionen des Unternehmens ausrichten Erfolge effektiv messen Vision, Zweck und Umsetzung klarer sehen Richtlinien und Verfahren fr effektives Social Media-Management einfhren Erst zuhoren, dann reden Social Media in kurz- und langfristige Marketing- und Branding-Kampagnen integrieren Mit Social Media schnelleren, besseren Kundensupport erbringen Die Mobilitt und Beilufigkeit der Social Media-Kultur nutzen Umsatzsteigerung durch das FRY-Konzept ber den Autor und weitere Mitwirkende Olivier Blanchard ist Markenstrategie mit 15 Jahren Erfahrung in B2B- und B2C-Marketing - von Produktion und Vertrieb bis hin zu neuen Medien und Konsumgtern. Er fhrt die Firma BrandBuilder Marketing und die Red Chair Group, die weltweit Fhrungskrft in Social Media-Nutzung schult. Bekannt wurde er durch sein Brand-Builder-Blog (<http://thebrandbuilder.wordpress.com>).