

Socialnomics: Wie Social Media Wirtschaft und Gesellschaft verndern

Von Erik Qualman

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



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #429982 in BcherVerffentlicht am: 2009-12-16Abmessungen: 8.27 x .91b x 6.69l, Einband: Broschiert246 Seiten | File size: 39.Mb

Von Erik Qualman : Socialnomics: Wie Social Media Wirtschaft und Gesellschaft verndern before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Socialnomics: Wie Social Media Wirtschaft und Gesellschaft verndern:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Bringt den Kosmos "Social Media" auf den PunktVon Daniela A. CavigliaSocial Media verndert die Beziehung zwischen Eltern und Kindern, schreibt der Autor Erik Qualman. Das kenne ich aus eigener Erfahrung, wusste ich doch nie so viel ber die Aktivitten meiner Kids wie seit unserer Verknpfung auf Facebook.Social Media verndert die Mitglieder

der Staatengesellschaften, schreibt der Autor Erik Qualman. Und belegt dies mit Beispielen aus aller Welt, bei denen Social Media demokratische Mängel ausglich. Social Media erhöht die Eigenverantwortung der Menschen, schreibt der Autor Erik Qualman. Auch das kenne ich aus eigener Erfahrung, denn die Zeiten, wo man irgendwo irgendwas posten konnte und das nicht ins reale Leben zurückwirkte, sind längst vorbei. Dieses Buch verändert Ihre Einstellung zu Social Media, behaupte ich. Denn auch wenn nicht alle Änderungen gut und willkommen sind, so finden sie dennoch statt. Hier und jetzt. Erik Qualmans Buch hilft, sich in dieser veränderten Welt zurechtzufinden. Aber Achtung: Socialnomics macht schuldig. Und Erik Qualmans Aussage im Vorwort, man müsse das Buch nicht von Anfang bis Ende durchlesen, ist eine schlichte Lüge. Denn ich konnte es einfach nicht aus der Hand legen, bevor ich es zu Ende hatte. Und dies, obwohl ich mich schon länger beruflich mit Social Media befasse... Socialnomics: Wie Social Media Wirtschaft und Gesellschaft verändern 12 von 13 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Umdenken auf 246 Seiten Von A. Stough Wer wie ich schon lange mit und im Marketing zu tun hatte, aber vor der Zeit der Social Networks groß geworden ist, dem kann ich dieses Buch nur empfehlen. Auch wenn das Titelbild noch das trocken daher kommende, bilderlose Innenleben zunächst fast abschrecken, der Inhalt hat es in sich. So aufgebaut, dass man sowohl von vorne bis hinten als auch - wie vom Autor vorgeschlagen - einzelne Kapitel aufschlagen kann. Jedes Kapitel wird in kurzen Stichworten zusammengefasst. Und die decken von Historie und aktuellen Entwicklungen (Print stirbt gerade einen langsamen Tod) über soziologische Gedanken (Das Verschwinden sozialer Rollen) bis zur Zusammenfassung alles ab, was die Social Media zu einem umwälzenden gesellschaftlichen Kommunikationstool machen. Ich habe das Buch mit vielen Anstreichungen und "Analog-Bookmarks" versehen und greife noch sehr oft danach, um etwas nachzulesen. Wirklich viele Fallbeispiele, Daten aus Online-Studien und Quellenangaben unterfüttern die in gut lesbarem Stil (Qualman hat vorher schon mehrere Romane veröffentlicht und arbeitet u.a. als Kolumnist) gehaltenen Texte. Und das Besondere: Er denkt und schreibt aus Marketing-Sicht. Da hrt man seine Tätigkeit als New Media-Berater großer amerikanischer Konzerne heraus. Ein Buch, das wirklich hilft, den Paradigmenwechsel in der Kommunikation nachzuvollziehen. Mir jedenfalls ;) 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein Sammelsurium zu Social Media Von Dirk Engel Socialnomics" heißt das Buch und es handelt sich um einen seltsamen Zwitter. Der Titel ist grobspurig und verspricht eine Darstellung wie Social Media Wirtschaft und Gesellschaft" verändern. Trotz vieler prägnant formulierter Erkenntnisse ist es doch kein gut recherchiertes populärwissenschaftliches Sachbuch, dazu ist es zu oberflächlich und unsystematisch. Ein How-to-Do"-Ratgeber, der erläutert, wie man Geld mit Social Media verdient, ist das Buch ebenfalls nicht. Dafür ist es nicht instruktiv genug, obwohl es viele anschauliche und überzeugende Beispiele liefert, wie Unternehmen oder Einzelpersonen mehr oder minder wirtschaftlich erfolgreich in den Social Media engagiert haben. Das Buch von Erik Qualman ist nichts Halbes und nichts Ganzes. Keine kritische Gesellschaftsanalyse, dazu ist es im Grundton zu euphorisch und einseitig positiv auf die Segnungen des schnellen neuen Mitmach-Webs fokussiert. Aber als reine Streitschrift für die sozialen Medien taugt es auch nur bedingt, weil es überraschenderweise auch einige unbewiesene Vorurteile gegen die Social Media kritiklos kolportiert: Etwa die gewagte These, dass Facebook und Co. bei jungen Menschen die Kompetenzen in der zwischenmenschlichen Kommunikation verkümmern lassen würden. Wozu ist das Buch Socialnomics", das im anglo-amerikanischen Raum durchaus einen Bestseller-Status hat, denn nun eigentlich gut? Nun ja, es liefert komprimiert eine Nummernrevue der gängigen Thesen, Fallbeispiele und Erkenntnisse rund um die ganze Welt der Social Media. Dabei verzichtet der Autor auf Technikdetails, Experten-Jargon oder wissenschaftliche Genauigkeit. Am Ende jedes Kapitels werden die Kernthesen zusammengefasst - tatsächlich liefern die vorausgegangenen Kapitel auch nicht viel mehr, sondern schmücken nur diese Kernthesen etwas aus. Man findet keine zusammenhängende Erörterung, auch kein wirklich schlüssiges Modell des Einflusses von Social Media auf Wirtschaft und Gesellschaft. Als Baukasten ist das Buch aber recht praktisch: Jeder kann genau die Zitate und Case-Studies entnehmen, die gerade in die eigenen Vorträge und Strategie-Konzepte passen. Das Aneinanderreihen von Thesen und Themen macht die Lektüre durchaus kurzweilig - auch wenn viele Beispiele mittlerweile allseits bekannt sind. Wer also schnell und umfassend noch einmal die wichtigsten Ideen rund um Social Media reuepassieren lassen will, dem sei das Buch Socialnomics" ans Herz gelegt. Allerdings wäre es nicht schlecht, zur englischsprachigen Originalausgabe zu greifen - die deutsche Version (erschienen in einem IT-Verlag) erscheint an vielen Stellen doch sehr holprig und wenig kenntnisreich bersetzt.

Kurzbeschreibung Wie Social Media die Produktion, das Marketing und den Verkauf von Produkten verändern Wie Unternehmen direkt mit ihren Kunden kommunizieren können Mit Kraft der neuen Medien die Umsätze steigern und Marketingkosten senken Das erste deutsche Buch, das die Auswirkungen der neuen Social Media aufzeigt Social Media wie Facebook, YouTube, Twitter Co. sind die Medien der Zukunft und verändern das Verhalten der Menschen grundlegend. Ein Hype, der auch im Marketing eine große Rolle spielen kann. Erik Qualman zeigt in diesem Buch die Auswirkungen von Social Media und wie diese gezielt genutzt werden können. Es ist wegweisend für jedes E-Marketing, das die neuen Herausforderungen der Social Media erfolgreich einsetzen möchte sowie für alle, die wissen wollen, was es mit Social Media auf sich hat. Der Verlag über das Buch Social Media wie Facebook, YouTube und Twitter sind die

Medien der Zukunft. Erik Qualman zeigt in diesem Buch ausführlich, wie sich das tägliche Verhalten der Menschen durch Social Media grundlegend verändert und wie Unternehmen dies für ihre Marketingstrategien nutzen können. Socialnomics beschreibt einen einschneidenden soziökonomischen Wandel. Da sich immer mehr Menschen im Web aufhalten und Tools wie Facebook, Twitter und YouTube nutzen, wird nicht nur ihr allgemeines gesellschaftliches Verhalten dadurch beeinflusst, sondern auch das Konsumverhalten. Teure Werbung über bezahlte Medien wie Fernsehen, Radio und Zeitungen geben nicht mehr den Hauptausschlag für Kaufentscheidungen. Stattdessen zählen soziale Netzwerke, Tweets, Posts und Status-Updates. Entscheidend dabei ist, dass die Produkte und Dienste im Gespräch sind und über Social Media empfohlen werden. Marketing wird dadurch kostengünstiger, effizienter und zielgruppengerecht. Erik Qualman beschreibt anhand vieler Fallstudien diesen Paradigmenwechsel und was Sie wissen müssen, um Social Media im Unternehmen gezielt einsetzen zu können. Über die neuen Kommunikationskanäle können Sie Kunden viel direkter ansprechen als mit herkömmlichen Marketing-Werkzeugen. So können Sie neue Zielgruppen erschließen, auf deren Bedürfnisse wesentlich besser eingehen, schnelles Feedback geben, Ihre Produkte marktgerecht verbessern und zeigen, dass Ihre Kunden Einfluss haben und wichtig sind genau das, was in den Social Media zählt. Socialnomics vermittelt wertvolle Einsichten, die wandlungsbereiten Unternehmen helfen, die neuen Möglichkeiten der Social Media mit Erfolg einzusetzen. Das Buch ist ebenfalls für alle interessant, die wissen wollen, was hinter den Social Media steckt und wie sich unsere heutige Gesellschaft verändert. Stimmen zu Socialnomics: In Socialnomics beschreibt Qualman brillant, dass der Schlüssel zum Social-Media-Erfolg im Handeln und nicht im nachdenklichen Abwarten liegt. Wer die Kraft dieser sozialen Welle nutzen will, anstatt von ihr zerschmettert zu werden, muss dieses Buch lesen. Steve Kaufer, CEO, TripAdvisor Genau in diesem Moment wird online über Sie und Ihre Marke diskutiert. Dieses Buch hilft Ihnen und Ihrem Unternehmen, an dieser Diskussion teilzunehmen und davon zu profitieren. - Harry J. Gold, CEO, Overdrive Interactive Wir leben in einer Welt, in der das Eingehen auf Kunden erfolgsentscheidend ist. Sind Sie vorbereitet? Falls nicht, müssen Sie dieses Buch lesen! Robert J. Murray, CEO, iProspect Jede Person und jedes Unternehmen sollte über eine Socialnomics-Strategie verfügen. Todd L. Young, ProspX, Inc. über den Autor und weitere Mitwirkende Erik Qualman beschäftigt sich seit 15 Jahren mit Online-Marketing und hat zum Online-Erfolg von Firmen wie ATT, Yahoo und EarthLink beigetragen. Er schreibt Kolumnen u.a. für die Website "Search Engine Watch" und ist in mehreren Radio- und Fernsehshows in den USA aufgetreten.