

Claudia Hilker

Social Media für Unternehmer

Wie man Xing, Twitter, YouTube und Co.
erfolgreich im Business einsetzt

Linde
international

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	11
Social Media Business.	17
Die Kunden: Digital Natives versus Digital Immigrants	21
Social-Media-Plattformen: ein Überblick.	22
Chancen und Risiken von Social Media	24
Social-Media-Netzwerke	31
Mit Facebook private und berufliche Kontakte pflegen	33
Berufliches Netzwerken mit Xing	35
Mikro-Blogging mit Twitter in 140 Zeichen	37
Qype: Mundpropaganda und lokales Marketing.	39
YouTube ermöglicht Video-Verbreitung online mit viralen Effekten	42
StudiVZ: Studenten gezielt ansprechen	43
Wer-kennt-wen? Regionales Netzwerken.	46
LinkedIn: Online-Reputation pflegen und Mitarbeiter suchen	47
Flickr: Online Community und Image Hosting aus einer Hand.	49
Wikipedia – Die freie Online-Enzyklopädie.	51
So wählen Sie die richtige Social-Media-Plattform für sich aus	53
Zehn Praxis-Beispiele für Social-Media-Engagement	54
Social-Media-Strategien	58
Entwickeln Sie Ihren Plan!	58
Die Social Media Story von Dell.	59
Social Media eignen sich auch für kleine Unternehmen	61
Vorteile einer Social-Media-Strategie	62
Fallbeispiel DeLux-Hotel	64
Ziele definieren	65
Ohne Ressourcen kein Erfolg	66

Aufbau von Social-Media-Kompetenz	67
Die DeLux-Hotel Social-Media-Strategie zur Neu-Eröffnung.	68
Kampagnenführung mit Social Media	69
Wie rechnet sich der Social-Media-Einsatz?	78
Zusammenfassung	79
Social-Media-Marketing	81
Empfehlungsmarketing als wesentlicher Erfolgsfaktor	82
Communities im Aufwind	83
Erfolgsfaktoren des Community Building	86
Wie Blogs durch Mundpropaganda zum Umsatztreiber werden	87
Die Qual der Wahl: Die richtige Lösung für Ihr Marketing.	89
Warum Facebook reizvoll für Ihr Marketing sein kann	90
Beispiel: Grohe Social-Media-Aktion	98
Social Media Relations	101
Bewertungsportale im Social Web	106
Jedes dritte Unternehmen nutzt Social Media für PR	106
Newsroom statt Presse-Rubrik	113
Ein Praxisbeispiel: Coca-Cola	113
Social Networking	116
Netzwerken mit Xing	118
Empfehlungen zur Vorgehensweise	125
Wie setzen Trainer Social Media ein?	128
Zusammenfassung	129
Social Media Recruitment	131
Qualifizierte Mitarbeitergewinnung durch Employer Branding.	132
Social Media in der Personalarbeit	133
War for talents: Buhlen um High Potentials	139
Digitale Reputation in sozialen Netzwerken	141
Employer Recruitment per Webvideo	142
Webvideos als kostengünstige Alternative	143
Online-Rekrutierung auf Karriere-Plattformen	145

Social-Media-Recht	148
Datenschutz bei Facebook	150
Filesharing ist häufiges Vergehen	160
Handlungsempfehlung im rechtlichen Umgang mit Social Media	162
Social Media Monitoring	164
Monitoring-Konzepte	165
Tipps zum Monitoring	167
Social Media Monitoring im Krisenfall	168
Vorteile und Nachteile von Web Monitoring	168
Überblick: Kostenfreie Social Web Monitoring Tools	175
Social-Media-Ausblick	177
Wie IBM den Markt der Zukunft sieht	178
Zukunftsvisionen von Evrim Sen	179
30 Social-Media-Zukunftsvisionen	184
Anhang	187
Checkliste: Wie Sie den richtigen Social-Media-Berater finden	187
Social-Media-Glossar	188