

Inhalt

Einleitung	11
Über dieses Buch	13
Vorwort	16
1 Status quo: Social-Media-Einsatz in Unternehmen	19
Chancen und Risiken von Social-Media	20
Social Media im internationalen Vergleich	23
Aktuelle Zahlen zur Social-Media-Nutzung	24
Wie Global-Fortune-Unternehmen Social Media nutzen ...	28
Sieben Social-Media-Missverständnisse	35
Tipps zur Nutzung der sozialen Netzwerke	38
2 Social-Media-Strategien: Modelle und Beispiele	39
Was Kunden von Unternehmen erwarten	40
Welche Handlungsempfehlungen lassen sich ableiten?	43
Was ist eine Social-Media-Strategie?	44
Alternative Strategie-Ausrichtungen	45
Social-Media-Konzepte aus der Praxis	46
Strategie-Modell: Die POST-Methode	47
Vorgehensweise zur Strategie-Entwicklung	51
Best Practice: PSD Bankengruppe	52
Studie: Social Media in der Assekuranz	57
Empfehlungen für Unternehmen in Social Media	60
Social-Media-Projekte professionell managen	61
Ressourcen richtig planen	61
Bestandteile einer Social-Media-Strategie	62
Zehn Tipps für Social-Media-Strategien	63
3 Social Enterprise: interner Social-Media-Einsatz	65
Wie sich der Social-Media-Einsatz lohnt	66
Social Software	68

Cloud Computing: die Reise in die Wolken	69
Social CRM: Wissen, was Kunden wollen	70
Best Practice: Social-CRM-Pionier Bosch	74
Schwarmintelligenz und Crowdsourcing	76
Best Practice: Otto macht Model-Casting	77
Best Practice: BMW Crowdsourcing	79
Wie Unternehmen ihre Effizienz steigern	80
Tools für mehr Produktivität am Arbeitsplatz	82
4 Social-Media-Marketing: das Mitmachweb für Kunden	84
Best Practice: Starbucks	85
Best Practice: BMW	88
Best Practice: Red Bull	90
Grundlagen: Facebook-Marketing	91
Was Facebook-User liken und warum	94
Wie Sie Fans auf Facebook gewinnen	94
Personalisiertes Marketing mit Best Practice	96
Best Practice: Porsche	97
Wie virales Marketing mit Social Media gelingt	98
Was ist virales Marketing?	98
Best Practice: Old Spice	98
Best Practice: Rügenwalder	99
Markenbotschafter in Social Media mit Best Practice	103
Wie gelingt Marketing mit Markenbotschaftern?	103
Best Practice: Ritter Sport	104
Warum Sie Webvideos einsetzen sollten	106
Virales Marketing im Internet wirkt nachhaltig	107
Empfehlungsmarketing durch virales Marketing	108
Best Practice: Stihl	109
Erzählen Sie Ihre Geschichten im Film	109
Die mobile Social-Media-Nutzung nimmt zu	112
Location Based Services boomt	114
Best Practice: Kiosk-App für die Schweizer Valora	117

Best Practice: stories! Buchhandlung in Hamburg	117
Zukunftstrend: Augmented Reality	118
5 Social Media Relations: Online Communications	122
Studie: Großer Nachholbedarf in der PR	123
Ein Social Media Newsroom verschafft Überblick	125
Social Media Governance	126
Social-Media-Potenziale	127
Praxisbeispiel: Kenneth Cole	129
Bestandteile einer Social Media Policy	131
Content-Strategie: Das KUDOS-Modell	135
Neues Kräfteverhältnis in der PR	136
Wie Storytelling in Social Media wirkt	137
Best Practice: Krones AG	140
Corporate Blog: Tagebuch für jedermann	143
Best Practice: Walthers Saftblog	144
Zehn Vorteile von Corporate Blogs	144
Blog-Konzeption mit einem Beispiel	145
Zehn Tipps zur Blog-Vermarktung	148
Reputationsmanagement im Praxis-Einsatz	149
Praxisbeispiel: United Airlines	150
Praxisbeispiel: Jack Wolfskin	151
Praxisbeispiel: Dell Hell	152
Online-Reputationsmanagement	154
Zum Umgang mit Kundenbewertungen	154
Twitter: Support, Infos und Kommunikation	155
Tipps für den Twittereinsatz	156
6 Social Commerce: Mehr Profit durch Social Media	158
Wie Social Commerce den Gewinn fördert	158
Vertrieb 2.0 mit Social Media	159
Starres Zielgruppendenken war gestern!	160
Vertriebler benötigen neue Qualifikationen	160

Studie: Social Media im Kaufprozess	161
Menschen vertrauen anderen Menschen	161
Modell: Der Kaufzyklus mit Social Media	162
Best Practice: Wie Dell Social Media nutzt	164
Twitter Service-Kanäle: Telekom und die Bahn	166
F-Commerce: Über Facebook Shops verkaufen	167
Best Practice: Otto mit F-Commerce und Augmented Reality	167
Neue Vertriebschancen durch F-Commerce	169
Führen Facebook-Fanseiten zu höheren Umsätzen?	176
Der Wert eines Facebook-Fans	178
Neue Geschäftsmodelle mit Social Media	179
Best Practice: Friendsurance.de	180
Groupons, Dealydeal: Top oder Flop?	181
Mehr Profit erzielen durch Social-Media-ROI	181
Einige Kennzahlen zur Erfolgsmessung	183
7 Employer Branding: Social Media im Personalwesen	188
Neue Chancen durch Change Management	188
Neues Berufsbild: Der Social-Media-Manager	190
Aufgabenfelder von Social-Media-Managern?	191
Wie sind die Berufsaussichten für Social-Media- Manager?	192
Was verdient ein Social-Media-Manager?	193
Übersicht: Social-Media-Weiterbildungen	193
Employer Branding mit Praxisbeispielen	193
Best Practice: Bayer AG	194
Best Practice: Kronos	194
Best Practice: Google lockt Mitarbeiter mit Filmen	196
Recruitment 2.0: Was bringt die Zukunft?	197
Zehn Tipps für Employer Branding mit Social Media	198

8 Social Media Monitoring: Echtzeit-Kommunikation	
beobachten	200
Was Social Media Monitoring leisten kann	200
Ziele, Vorgehensweisen und Funktionen	202
Social Media Monitoring im Krisenfall	204
Praxisbeispiel: Die Krise von Ergo in Social Media	205
Social Media Monitoring bei Shitstorm	207
Ergo Assoziations-Cloud	208
Wie Sie Krisen frühzeitig erkennen	209
Praxistipps zum Social Media Monitoring	209
Kostenfreie Monitoring Tools	210
Monitoring mit kostenpflichtigen Tools	211
9 Ausblick: Erfolgreiche Social-Media-Strategien	
für die Zukunft	213
Neue Herausforderungen für Unternehmen in der Zukunft	214
Social-Media-Daten überfordern gängige IT-Systeme	215
Neue Herausforderungen für Unternehmen	215
Neue Anforderungen an das Marketing der Zukunft	215
Informationen für strategische Entscheidungen	216
Return on Investment für Social Media	216
Prioritäten im digitalen Marketing	217
Strategische Empfehlungen für Unternehmen	219
Neue Denkweisen im Marketing 2.0	220
Die Trends der neuen Arbeitswelt	221
Traditionelle und neue Arbeitsweisen	224
Büros als Treffpunkt	224
Wie Unternehmen ihren Social-Media-Erfolg langfristig	
sichern	225
10 Social-Media-Glossar	229
Index	247