

INHALT

Einleitung	9
Kapitel 1: Was wir unter Social Media verstehen	13
Was ist Social Media? Und was nicht?	14
Die zehn wichtigsten Dos and Don'ts	15
Kapitel 2: Zehn Schritte, um von Social Media zu profitieren ..	21
Der typische Einstieg	22
Kapitel 3: Entwickeln Sie eine Strategie für die Nutzung von Social Media	27
Ihr Plan: Was wollen Sie erreichen?	28
Social Search: neue Informationswege durch soziale Filter	32
Welche Inhalte sind für Social Media geeignet?	33
Welcher Kanal ist der richtige für Sie?	35
Kapitel 4: Blogs – das digitale Medium der Zukunft	37
Die Bedeutung von Blogs für Social Media	38
Wie Blogs funktionieren: Aufbau und Content	40
Vernetzung: der Schlüssel zur Bekanntheit	49
Selbsttest: Sind Sie ein Blogger?	53
Kapitel 5: Xing – das deutsche Business-Netzwerk	57
Über Xing	58
Funktionalität/Alleinstellungsmerkmal	59
Kundengewinnung	65
Eigenwerbung und Informationstransfer	70
Recherche	74
Anbahnung neuer Kontakte	76
Bezahlte Reichweite	79

Kapitel 6: Facebook – das größte Netzwerk der Welt	81
Über Facebook	82
Funktionalität/Alleinstellungsmerkmal	84
Kundengewinnung	87
Eigenwerbung und Informationstransfer	90
Recherche	93
Anbahnung neuer Kontakte	94
Bezahlte Reichweite	95
Kapitel 7: LinkedIn – das internationale Business-Netzwerk ..	99
Über LinkedIn	100
Funktionalität/Alleinstellungsmerkmal	100
Kundengewinnung	104
Eigenwerbung und Informationstransfer	107
Recherche	109
Anbahnung neuer Kontakte	110
Bezahlte Reichweite	111
Kapitel 8: Google+ – der Newcomer aus dem Hause Google ..	113
Über Google+	114
Funktionalität/Alleinstellungsmerkmal	118
Kundengewinnung	121
Eigenwerbung und Informationstransfer	122
Recherche	123
Anbahnung neuer Kontakte	124
Bezahlte Reichweite	124
Kapitel 9: Twitter – das Echtzeitnetzwerk mit den 140 Zeichen	127
Über Twitter	128
Funktionalität/Alleinstellungsmerkmal	128
Kundengewinnung	131
Eigenwerbung und Informationstransfer	134
Recherche	136
Anbahnung neuer Kontakte	137
Bezahlte Reichweite	139

Kapitel 10: Warum und wie Sie Netzwerkhygiene betreiben sollten	141
So werden Sie unerwünschte Kontakte los	142
Was interessiert mich mein Geschwätz von gestern?	145
So löschen Sie ein Netzwerk-Profil	148
Kapitel 11: Integrierte Kommunikation über alle Netzwerke hinweg	151
Netzwerkübergreifende Kommunikation strategisch planen	152
Wie lassen sich mehrere Netzwerke technisch organisieren?	156
Kapitel 12: Realistische Ziele	163
Zeit- und Kostenplanung	164
Erfolgsmessung und Social-Media-Monitoring	168
Welche rechtlichen Rahmenbedingungen sind zu beachten?	171
Ausblick: zehn Thesen zur Zukunft von Social Media	173
Stichwortverzeichnis	175