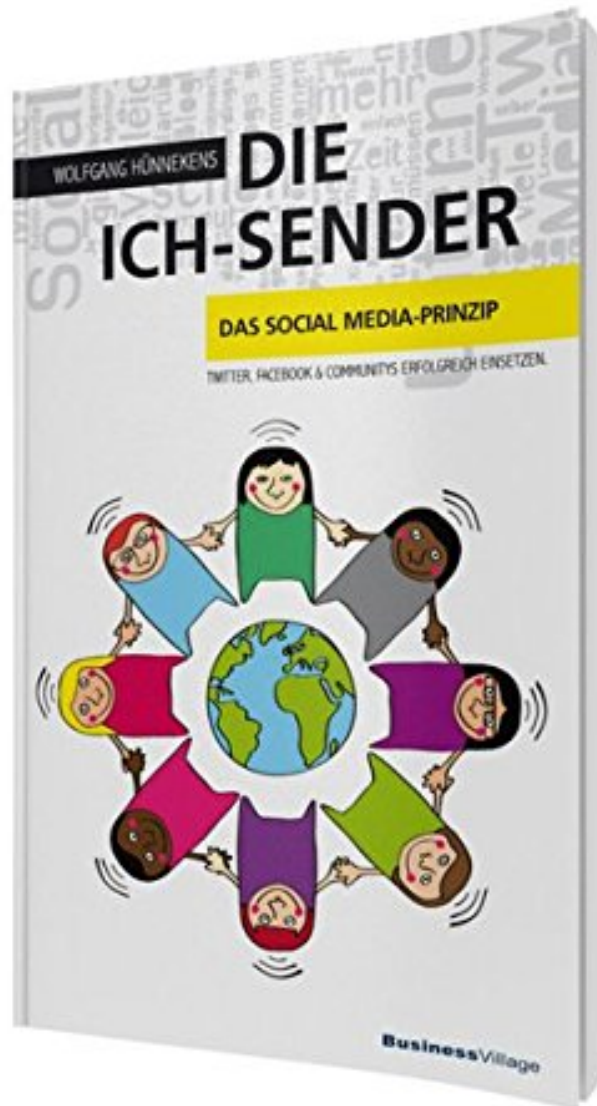


(Get free) Die Ich-Sender: Das Social Media-Prinzip - Twitter, Facebook Communities erfolgreich einsetzen

Die Ich-Sender: Das Social Media-Prinzip - Twitter, Facebook Communities erfolgreich einsetzen

Von Wolfgang Hnnekens
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #671841 in BcherVerffentlicht am: 2011-01-16Einband:
Taschenbuch160 Seiten | File size: 59.Mb

Von Wolfgang Hnnekens : Die Ich-Sender: Das Social Media-Prinzip - Twitter, Facebook Communities erfolgreich einsetzen before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised

Die Ich-Sender: Das Social Media-Prinzip - Twitter, Facebook Communities erfolgreich einsetzen:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Leicht lesbarer
berblick
Von M24124
Mit 48 Jahren wollte ich nun doch mal wissen, was es mit dem ganzen Twitter, Facebook Hype etc. auf sich hat. Ich habe also ein Buch gesucht, wo ich mit wenig Leseaufwand einen möglichst breiten
berblick bekomme. Dieses hier ist gut geschrieben und unterhaltsam, so dass ich es an einem Abend durchgelesen habe. Fazit : Der Hype ist berechtigt. Ich habe die Dienste identifiziert, die auf meine berufliche Arbeit am Besten passen und werde mich dort weiter einarbeiten. Die passenden Links dazu auch mit weitergehenden Tipps sind vorhanden.
1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guided Tour fr Lieblinge der Massenmedien
Von Klaas Kramer
Schon der Titel hat mich sofort angesprochen, trifft der doch den Kern des Paradigmenwechsels von der Massenkommunikation zu Social Media PR (weniger zutreffend: Social Media Marketing).
Gestern: Organisation spricht ber Massenmedien zu Zielgruppen
Morgen: Markenverantwortliche hren als Menschen in Social Media zu, beteiligen sich an den Gesprchen als Menschen, werden idelerweise fr einen Moment zum Meinungsfhrer -- aber nicht mit der Attitde des aufdringlichen Versicherungsvertreters!
Hnnekens spricht im Buch als Agenturvertreter, von dem seine Kunden Lsungen erwarten. Dazu gehrt auch, dass er Marken beim Namen nennt und mit dem eigenen Geschftsinteresse nicht hinterm Berg hlt. Letzteres hat bei mir gemischte Gefhle hervor gerufen: einerseits konsequent authentisch -- wie in Social Media gefordert, andererseits gelingt fr meinen Geschmack der Balanceakt nur teilweise, wenn Hnnekens selbst in meinen Augen mitunter zu dem Versicherungsvertreter mutiert, dessen Attitde er als kontraproduktiv offen legt.
Social Media Laien und Anfnger erhalten eine Guided Tour -- das ist es, wo viele ihren brennenden Engpass sehen. Dafr volle Sternzahl abzgl. 1 Stern fr die fr meinen Geschmack zu laute Verkuferhretik.
15 von 15 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guter und einfacher Einstieg ins Social Media Network
Von Stobiflips
Als alter digitaler Medien-Hase und Nutzer der Social Media Sites lernt man hier nicht allzu viel Neues. Wenn man nach der richtigen Taktik, Wunderlung und Strategie sucht, dann ist es doch recht "light". Doch fr Einsteiger, die sich mit dem Thema auseinandersetzen wollen und sich einen Einblick in die Online-Marketing Welt verschaffen mchten, ist es ein sehr guter Einstieg. Wolfgang Hnnekens greift auf seine langjhrigen Erfahrungen aus dem Bereich digitale Kommunikation zurck und erklrt anhand "wahrer" Beispiele, was Social Media ist, wie es am besten funktioniert und was man auf keinen Fall machen sollte, wenn man die Kunden fr sich gewinnen will. Es ist einfach und verstndlich geschrieben und stellt noch mal die wichtigsten Social Media Plattformen und Tools zur Erfolgskontrolle vor. Tweet, tweet, gefllt mir!

Kurzbeschreibung
Was steckt eigentlich hinter Social Media? Wie lassen sich diese neuen Kommunikationsformen gezielt in Marketing, PR und Kommunikation einsetzen? Ob Social Media-Kenner oder -Novizen, die beabsichtigen ins Thema einzusteigen sie alle finden in diesem Buch viele neue Aspekte fr den gezielten Einsatz von Social Media.
ber den Autor und weitere Mitwirkende
Wolfgang Hnnekens ist Grnder des Institutes of Electronic Business (IEB), Managing Partner von Publicis Berlin sowie Gastprofessor fr Digitale Kommunikation an der UdK Berlin. Der gebrtige Dsseldorfer ist verheiratet und Vater von zwei Tchtern.