

(Download free pdf) Strategie und Marketing im Web 2.0: Handbuch fr Steuerberater und Wirtschaftsprfer (German Edition)

Strategie und Marketing im Web 2.0: Handbuch fr Steuerberater und Wirtschaftsprfer (German Edition)

Von Armin Heler, Petra Mosebach
ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



Produktinformation -Verkaufsrank: #678951 in BcherVerffentlicht am: 2012-09-25Abmessungen: 9.45 x 1.00b x 6.61l, .0 Pfund Einband: Taschenbuch440 Seiten | File size: 31.Mb

Von Armin Heler, Petra Mosebach : Strategie und Marketing im Web 2.0: Handbuch fr Steuerberater und Wirtschaftsprfer (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Strategie und Marketing im Web 2.0: Handbuch fr Steuerberater und Wirtschaftsprfer (German Edition):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein

zukunftsweisendes Buch für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer von Michael Kuhlmeier. Es gibt drei Fakten über den Berufsstand der Steuerberater, die unbestreitbar sind: 1. Der Berufsstand wird von der technologischen Entwicklung überrollt. 2. Die Zahl der Steuerberater ist innerhalb der vergangenen Jahre bedeutend gestiegen, aber ebenso ist die Zahl der Unternehmensinsolvenzen gestiegen, so dass sich der Wettbewerb um attraktive Mandate zuspitzt. 3. Durch den Geburtenknick nach der Wiedervereinigung werden es Steuerberater künftig schwer haben, altgediente Mitarbeiter durch geeignete junge Fachkräfte zu ersetzen. Diese drei Fakten skizzieren die kommende Krise eines Berufsstandes, der das Wort "Krise" in seiner noch recht jungen Geschichte bislang nicht kannte. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass den Themen "IT", "Strategie" und "Marketing" mehr denn jemals zuvor existenzielle Bedeutung für Steuerberater zukommen wird. Das Werk von Heler und Mosebach schafft das Verständnis für den Stellenwert dieser drei Themen. Es ist daher eine unverzichtbare Lektüre besonders für junge Steuerberater, die sich selbstständig machen wollen, aber auch für bereits etablierte Steuerberater, die ihre Kanzlei im Wettbewerb zukunftsweisend positionieren wollen.

2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Geeignet auch für Nicht-Steuerberater von Reinhard Jesberger. Der Untertitel "Handbuch für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer" suggeriert, dieses Buch sei nur für diese Berufe geeignet. Tatsächlich sind vielleicht 5% des gesamten Buches nur für diese Zielgruppe geeignet. Alles andere ist für viele Freiberufler wie Unternehmensberater, Ingenieure und andere geeignet. Sehr interessant ist der weite Bogen, der im Buch geschlagen wird: von der Strategie über allgemeine Ausführungen zum Marketing hin zu den modernen Formen wie Online-Marketing und Social Media - Marketing. Um eine ähnliche Informationsfülle zu erreichen, müsste man alternativ mehrere Bücher erwerben - und lesen. Das Buch hat stets den Praktiker vor Augen. Es ist wohltuend, dass die Autoren ihre Erkenntnisse aus eigener Praxis entwickeln. Eine entsprechende Erwähnung in der Einleitung ist beinahe beflissig, dazu muss man nur die vielen Fallstudien betrachten. Mehr als 100 Schaubilder runden das gelungene Werk ab.

1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Brilliantes Buch! Von Customer In "Strategie und Marketing im Web 2.0" gelingt es den Autoren auf differenzierte und brillante Weise, die Zusammenhänge und Gesetzmäßigkeiten des "Netzes" nicht nur für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer sichtbar und nutzbar zu machen. Darüber hinaus vermittelt das Buch Führungskräften wichtige Ansatzpunkte und Grundprinzipien des erfolgreichen Interagierens in den Web Social Media. "Seien Sie ganz Sie selbst. Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind die Grundpfeiler sozialer Netze." Das Zitat aus Social Media S. 293 steht stellvertretend für die so wichtige psychologisch - individuelle Komponente im großen anonymen Netz. So fühlt sich der Leser zu jedem Zeitpunkt bei seinen Autoren wohl und sehr gut aufgehoben, das ist "emotional boosting" im besten Sinn des Begriffs. Dieses Buch vermittelt etwas Neues und es will den Erfolg des Lesers!

Kurzbeschreibung Der Markt für Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsdienstleistungen befindet sich in einem grundlegenden Umwandlungsprozess. Wer sich dieser Entwicklung stellt, wird großen Nutzen daraus ziehen können. Wichtiger denn je wird es werden, eine entsprechende Wettbewerbsstrategie sowie eine dazu passende Marketingstrategie zu entwickeln. Das Internet mit seinen umfassenden Kommunikationsmöglichkeiten steht im Mittelpunkt aller Marketingaktivitäten. Die Palette reicht von der marketingorientierten Website über das E-Mail-Marketing bis hin zum Social Media Marketing. Anhand von Beispielen sowie mit zahlreichen Abbildungen werden unterstützende Marketing-Instrumente vorgestellt. Eine abschließende Fallstudie illustriert praxisnah die Inhalte und Thesen der Autoren. Ein unverzichtbarer Ratgeber für das erfolgreiche Business Development in der Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung.

Buchrückseite Der Markt für Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsdienstleistungen befindet sich in einem grundlegenden Umwandlungsprozess. Wer sich dieser Entwicklung stellt, wird großen Nutzen daraus ziehen können. Wichtiger denn je wird es werden, eine entsprechende Wettbewerbsstrategie sowie eine dazu passende Marketingstrategie zu entwickeln. Das Internet mit seinen umfassenden Kommunikationsmöglichkeiten steht im Mittelpunkt aller Marketingaktivitäten. Die Palette reicht von der marketingorientierten Website über das E-Mail-Marketing bis hin zum Social Media Marketing. Anhand von Beispielen sowie mit zahlreichen Abbildungen werden unterstützende Marketing-Instrumente vorgestellt. Eine abschließende Fallstudie illustriert praxisnah die Inhalte und Thesen der Autoren. Ein unverzichtbarer Ratgeber für das erfolgreiche Business Development in der Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung.

Der Inhalt Der Markt für Steuerberatungsleistungen: Gegenwart und Zukunft
 Strategiekonzepte Marketing: Ziele und Instrumente
 Online Marketing mit Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing und E-Mail-Marketing
 Social Media Marketing
 Web Controlling
 Fallstudie: Strategie und Marketing einer Steuerkanzlei im Web 2.0
 Die Zielgruppen Steuerberater und Wirtschaftsprüfer
 Führungskräfte und Mitarbeiter in Presse, Marketing und Business Development
 Die Autoren Armin Heler und Petra Mosebach, beide Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, haben langjährige Praxiserfahrung in Aufbau und Entwicklung einer erfolgreichen Kanzlei.
 über den Autor und weitere Mitwirkende Armin Heler und Petra Mosebach, beide Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, haben langjährige Praxiserfahrung in Aufbau und Entwicklung einer erfolgreichen Kanzlei.