

(Online library) Texten fr das Social Web: Das Handbuch fr Social-Media-Texter (praxiskompakt)

Texten fr das Social Web: Das Handbuch fr Social-Media-Texter (praxiskompakt)

Von Florine Calleen

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #224641 in BcherMarke: BusinessvillageVerffentlicht am: 2014-07-23Abmessungen: 8.31 x .71b x 5.94l, Einband: Taschenbuch216 Seiten | File size: 42.Mb

Von Florine Calleen : Texten fr das Social Web: Das Handbuch fr Social-Media-Texter (praxiskompakt) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Texten fr das Social Web: Das Handbuch fr Social-Media-Texter (praxiskompakt):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
10 von 10 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Kann ich nicht weiterempfehlen
Von Daniel
Das Buch gibt einen Überblick über alle Social-Media-Plattformen. Erklärt diese kurz und oberflächlich. Das Texten für's Web ist in diesem Buch eher Nebensache. Die Texte vom Buch sind voll mit (eingeklammerten) Texten und Querverweise (siehe nächstes Kapitel) Und ist (für mich) sehr anstrengend zu lesen. Ich kann die hohe Bewertung der anderen Rezensionen nicht verstehen... Kurz eingesehen und direkt ins Altpapier...
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gesamtes Texter-Wissen im Handbuchformat
Von
Verbandsstrategie - Redaktion
Social-Media-Plattformen sind für viele Verbände noch immer ein Buch mit sieben Siegeln. Vielen Verbandsvertretern ist unklar, worüber geschrieben werden soll und wie es gelingt, dass ihre Beiträge sich weiterverbreiten. Das richtige Texten in den sozialen Netzwerken ist dabei gar nicht so schwer. Mit Texten für's Social Web. Das Handbuch für Social-Media-Texter legt Florine Calleen einen sehr übersichtlich und praxisorientiert gestalteten Ratgeber für die Textarbeit in den sozialen Netzwerken vor. Mit der Auswahl der Plattformen about.me, Facebook, Google+, LinkedIn, Pinterest, Twitter und Xing gelingt der Autorin ein guter Querschnitt durch die prominentesten Social-Media-Kanäle. Gleich zu Beginn erklärt die Autorin dem Leser eine Reihe unterschiedlicher Begrifflichkeiten, die wohl vielen Einsteigern Kopfzerbrechen bereiten dürften. Beispielsweise wird kurz und prägnant erklärt, dass die Gefallensbekundung auf Facebook als Liken bezeichnet wird, wohingegen der im Prinzip gleiche Vorgang auf Google+ Pluszen heißt. Nach diesem hilfreichen Ritt durch die Basics geht es an die Vorbereitung der Textarbeit. Im übersichtlichen Checklistenformat listet die Autorin zunächst Überlegungen auf, die Grundlage für erfolgreiches Texten im Social Web bilden. So sei es wichtig, andere Akteure und deren Aktivitäten zu beobachten (Branchen, Experten, Wettbewerber, ...). Außerdem müsse den Nutzern ein Mehrwert geboten werden, um auf sich aufmerksam zu machen. Aus der Vielzahl der Möglichkeiten müsse zudem das richtige Portal für die eigenen Ziele ausgewählt werden. Die Autorin widmet im Folgenden jedem eingangs ausgewählten Portal ein eigenes Kapitel. An dieser Stelle sei das Kapitel zum Microblogging-Dienst Twitter besonders hervorgehoben. In einer kurzen Einführung werden die Rahmenbedingungen von Twitter anschaulich erläutert. Auf Twitter werden Kurznachrichten nach dem SMS-Prinzip veröffentlicht; das bedeutet, dass eine Nachricht maximal 140 Zeichen umfasst. Außerdem können ergänzende Dienste (wie Twitpic oder Instagram) Bilder und Videos hochgeladen werden. Nutzer können die Meldungen und Beiträge (Tweets, also die kurzen Botschaften) anderer Nutzer abonnieren. Diese Abonnenten heißen im Twitter-Jargon Follower. Diesen Überlegungen folgen erste strategische Anstöße zur sinnvollen Nutzung von Twitter. Calleen hebt die besondere Eignung von Twitter als Marketinginstrument verständlich und anhand von Beispielen heraus. So können Termine, Angebote, Neuheiten, Veröffentlichungen, Stellenangebote und Auszeichnungen getwittert werden, wodurch bei den potenziellen Followern Neugier geweckt wird. Ebenso können Experten zu aktuellen Themen twittern, was sich positiv auf die Online-Reputation auswirkt. Getwittert werden sollte der Autorin zufolge regelmäßig, durchaus auch mehrmals am Tag. Auf die strategischen Überlegungen folgen die Konsequenzen für die Textarbeit. Nach Calleen liege die Herausforderung auf Twitter darin, eine klare Botschaft kurz und bündig, dabei aber klar und deutlich auszudrücken. Dementsprechend müssen die Tweets auf Keywords und Abkürzungen verdichtet werden. Dafür hilft die Autorin nachvollziehbare und auf eigenen Erfahrungen basierende Hilfestellungen bereit. Beispielsweise führt sie an, dass zu einem umfangreicheren Thema auch mehrere Tweets abgesetzt werden können, die mit Hashtags (Raute) verschlagwortet und damit thematisch verknüpft werden. Den Hilfestellungen folgt eine nützliche Schritt-für-Schritt-Anleitung zum Verfassen eines Tweets, von der Themenfindung und dem Rohentwurf bis hin zum Kürzen und Abkürzen sowie zum Setzen der Hashtags. Zum Ende des Buches hin schlägt die Autorin den Bogen zum Handwerkszeug und den Techniken des Postens im Allgemeinen. Unerst hilfreich sind die praxisorientierten Beispiele für Mindmaps und Redaktionspläne, die die inhaltliche Planung der Postings sehr vereinfachen können. Außerdem wird dem Leser anhand vieler Beispiele bewusst gemacht, was einen guten Schreibstil ausmacht. So stellt die Autorin unter anderem Wortgruppen im Verbal- und Nominalstil gegenüber (z. B. Verbalstil Das Gesetz tritt bald in Kraft vs. Nominalstil Die Inkraftsetzung des Gesetzes findet bald statt) und zeigt damit verständlich auf, dass der Verbalstil beim Texten für Social Media vorzuziehen ist. Außerdem sei für das Texten entscheidend, Floskeln und Wortmüll zu streichen, wie zum Beispiel eigentlich oder innovative Neuheit. Dem folgen sehr praktische und auch spannende Tipps zum Posten, beispielsweise Die Kunst des Ein-Wort-Posts, bei dem ein Post, wie der Titel dieses Abschnitts schon sagt, nur aus einem Wort besteht, ohne dabei an Inhalt einzubüßen. Außerdem nennt die Autorin verschiedene Tools zur Linkverkürzung, die dabei helfen, Zeichen einzusparen, und zeigt auf, wie ein Text auf verzichtbare Füllwörter geprüft werden kann. Fazit: Für Kommunikationsverantwortliche aus Verbänden, die den Einstieg ins Social Web wagen und sich erstmals mit dem Texten befassen wollen, ist dieses Handbuch eine sehr gute Grundlage. Einsteigern werden die Besonderheiten verschiedener Kanäle verständlich erläutert und sie können dem Buch sehr hilfreiche Anleitungen zum Texten entnehmen. Neben den Ratschlägen zum Text-Schreiben eignet sich das Buch auch zum schnellen Nachschlagen der vorgestellten Social-Media-Kanäle und ihrer Besonderheiten und Funktionen. Mit lockerer und lebendiger Sprache schafft es die Autorin, Fakten und Wissen mit eigenen Erfahrungen im Social Web zusammenzubringen und so den Leser auf die besondere Sprache in den sozialen Medien einzustimmen.
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Bestes Buch über Texten für das Social Web
Von Klaus Locher
Allen, die ein gutes anschauliches Buch zum Thema Texten für's Social Web suchen, sei Florine Calleens Handbuch für Social-Media-Texter wärmstens ans Herz gelegt. Das

Buch liefert Handwerkszeug für Poster, enthält Vokabularerläuterungen, zahlreiche Praxistipps und aktuelle Beispiele, vor allem aber hilfreiche Anregungen für zweckmiges und effektives Texten. Ein Muss für alle Social-Media-Manager und die, die es werden wollen. Als besonderes Gutesiegel sei erwähnt, dass die WBS Trainings-AG (Sitz Berlin) das Buch in den Ausbildungen zum Social-Media-PR-Manager einsetzt.

ProduktbeschreibungDas Handbuch für Social-Media-TexterBroschiertes BuchDie zeitgemäße Kommunikationsform für Unternehmen verlagert sich immer mehr auf Facebook und Twitter, in Blogs und Foren.Bequem und schnell ermöglichen Social Media mit der Welt zu kommunizieren.Texte beziehungsweise Posts lassen sich vergleichsweise schnell veröffentlichen. Angereichert mit Links und multimedialen Elementen entsteht ganz einfach lesenswerter Content. Soweit die Theorie. Doch es lauern auch Stolperfallen: Authentische, dialogbereite Kommunikation ist nicht jedermanns Sache; die Krze verlangt kondensierte Texte. Kommunikative Fehlritte verbreiten sich rasend schnell und das Netz hat ein Gedchtnis wie ein Elefant. Anschaulich und praxisorientiert zeigt die Social Media Managerin Florine Calleen in diesem Buch, was im geschäftlichen Umgang mit Social Media wichtig ist und wie lesenswerte Inhalte für diverse Plattformen entstehen. Außerdem lernen Sie die Spielregeln der Netiquette kennen und erfahren, wie Sie den Shitstorm vermeiden.

KurzbeschreibungDie zeitgemäße Kommunikationsform für Unternehmen verlagert sich immer mehr auf Facebook und Twitter, in Blogs und Foren.Bequem und schnell ermöglichen Social Media mit der Welt zu kommunizieren.Texte beziehungsweise Posts lassen sich vergleichsweise schnell veröffentlichen. Angereichert mit Links und multimedialen Elementen entsteht ganz einfach lesenswerter Content. Soweit die Theorie. Doch es lauern auch Stolperfallen: Authentische, dialogbereite Kommunikation ist nicht jedermanns Sache; die Krze verlangt kondensierte Texte. Kommunikative Fehlritte verbreiten sich rasend schnell und das Netz hat ein Gedchtnis wie ein Elefant. Anschaulich und praxisorientiert zeigt die Social Media Managerin Florine Calleen in diesem Buch, was im geschäftlichen Umgang mit Social Media wichtig ist und wie lesenswerte Inhalte für diverse Plattformen entstehen. Außerdem lernen Sie die Spielregeln der Netiquette kennen und erfahren, wie Sie den Shitstorm vermeiden.ber den Autor und weitere MitwirkendeFlorine Calleen war Journalistin, Rtselredakteurin, Deutschlehrerin und Lektorin. Seit 2010 ist sie selbstständige Texterin und Social Media Managerin (IHK) mit dem Fokus auf PR.