



Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten

Dagmar Mack

 **Download**

 **Online Lesen**

Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten Dagmar Mack

 [Download Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlag
...pdf](#)

 [Read Online Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundl
...pdf](#)

Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten

Dagmar Mack

Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten Dagmar Mack

Downloaden und kostenlos lesen Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten Dagmar Mack

260 Seiten

Kurzbeschreibung

Dieses Buch zeigt kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), wo der Mehrwert von Social-Media-Maßnahmen liegt, wie sie diese systematisch planen und dadurch erfolgreich Kunden binden sowie neue Kunden erreichen können. Das Buch ist als praxisnaher Leitfaden konzipiert. Ausgehend von konkreten Fragestellungen im Unternehmens-Alltag werden passende Lösungen für vielfältige Social-Media-Aktivitäten aufgezeigt. So wird nicht irgendeine Standard-Lösung, sondern ein konkret auf die Belange des KMU passender "Social-Media-Fit" gefunden. Zudem erfahren die Leser, wie Marketingmaßnahmen auf Facebook, Twitter und Co. zu monitoren sind und wie eine realistische Erfolgskontrolle aussieht - ein häufig stiefmütterlich behandeltes Thema.

Fundierte theoretische Erkenntnisse zeigen auf, was ein erfolgreiches Social-Media-Konzept in der Praxis ausmacht und helfen, Stolpersteine und Fehlentscheidungen zu vermeiden. Dieses praxisorientierte Buch wird für Social-Media-Akteure im Unternehmen ein wertvoller Leitfaden sein. Auch Studierende, die anhand von konkreten Fallbeispielen und realistischen Szenarien die Theorie praktisch vertiefen und mit der Praxis verbinden wollen, werden das Buch mit Gewinn lesen.

Buchrückseite

Dieses Buch zeigt kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), wo der Mehrwert von Social-Media-Maßnahmen liegt, wie sie diese systematisch planen und dadurch erfolgreich Kunden binden sowie neue Kunden erreichen können. Das Buch ist als praxisnaher Leitfaden konzipiert. Ausgehend von konkreten Fragestellungen im Unternehmens-Alltag werden passende Lösungen für vielfältige Social-Media-Aktivitäten aufgezeigt. So wird nicht irgendeine Standard-Lösung, sondern ein konkret auf die Belange des KMU passender "Social-Media-Fit" gefunden. Zudem erfahren die Leser, wie Marketingmaßnahmen auf Facebook, Twitter und Co. zu monitoren sind und wie eine realistische Erfolgskontrolle aussieht - ein häufig stiefmütterlich behandeltes Thema.

Fundierte theoretische Erkenntnisse zeigen auf, was ein erfolgreiches Social-Media-Konzept in der Praxis ausmacht und helfen, Stolpersteine und Fehlentscheidungen zu vermeiden. Dieses praxisorientierte Buch wird für Social-Media-Akteure im Unternehmen ein wertvoller Leitfaden sein. Auch Studierende, die anhand von konkreten Fallbeispielen und realistischen Szenarien die Theorie praktisch vertiefen und mit der Praxis verbinden wollen, werden das Buch mit Gewinn lesen.

Inhalt

- Basiswissen Social Media
- State-of-the-Art: Einsatzbereiche von Social Media
- Bausteine erfolgreicher Social-Media-Ansätze
- Vorgehensmodelle zur Entwicklung eines Social-Media-Konzepts
- Ziele und Strategien im Social-Media-Umfeld
- Technologieauswahl sowie Aufwands-, Nutzen-, Erfolgsmessung und Fallstudien.

Die Autoren

Prof. Dr. Dagmar Mack führt seit ca. 20 Jahren Praxisprojekte im Umfeld des CRM und neuer Medien durch. Sie ist an der Hochschule Hannover Professorin für Wirtschaftsinformatik mit den Schwerpunkten CRM, Wissensmanagement und Marketing. Dominic Vilberger verfügt ebenfalls über jahrelange CRM-Praxiserfahrungen sowohl im B2B-als auch B2C-Umfeld. Derzeit ist er Technischer Projektmanager bei der Handelsblatt GmbH.

Über den Autor und weitere Mitwirkende

Prof. Dr. Dagmar Mack führt seit ca. 20 Jahren Praxisprojekte im Umfeld des CRM und neuer Medien

durch. Sie ist an der Hochschule Hannover Professorin für Wirtschaftsinformatik mit den Schwerpunkten CRM, Wissensmanagement und Marketing. Dominic Vilberger verfügt ebenfalls über jahrelange CRM-Praxiserfahrungen sowohl im B2B- als auch B2C-Umfeld. Derzeit ist er Technischer Projektmanager bei der Handelsblatt GmbH.

Download and Read Online Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten Dagmar Mack #6OABUV1MIER

Lesen Sie Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack für online ebook Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack Bücher online zu lesen. Online Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack ebook PDF herunterladen Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack Doc Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack Mobipocket Social Media für KMU: Der Leitfaden mit allen Grundlagen, Strategien und Instrumenten von Dagmar Mack EPub