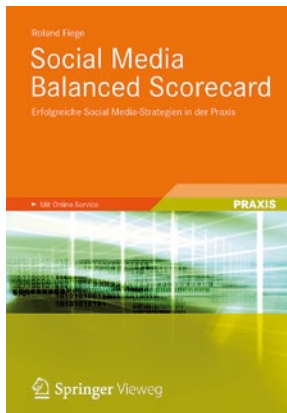


Bücher



SFP Roland Fiege

Social Media Balanced Scorecard

Vieweg+Teubner Verlag, 1. Auflage

Wiesbaden, 2012

194 Seiten, 49,95 €

ISBN: 978-3-8348-1463-0

Kernthese

„Mit Hilfe der Balanced Scorecard lässt sich ein umfassendes Marketing Performance Management realisieren.“

Was Sie lernen

Durch das vorgestellte Konzept kann ein Performance Measurement für Marketingmaßnahmen im Social Web implementiert werden und so die Verteilung des Marketingbudgets optimiert und die Wirksamkeit für Entscheider nachvollziehbar werden.

Abstract

Bisher ist es schwierig, die Wertschöpfung von Social Media zu ermitteln. Es wird ein Ansatz vorgestellt, durch den Einsatz von Social Media Balanced Scorecard und Strategy Map strategische Organisations- und Marketingziele auf messbare operative Ziele herunterzubrechen.



SFP Matthias Schulten/Artur Mertens/
Andreas Horx (Hrsg.)

Social Branding

Gabler Verlag, 1. Auflage

Wiesbaden, 2012

472 Seiten, 69,95 €

ISBN: 978-3-8349-3224-2

Kernthese

„Social Branding gewinnt als Teildisziplin der Markenführung zunehmend an Bedeutung.“

Was Sie lernen

Dieses Werk liefert aktuelle Impulse für die Markenführung in sozialen Medien. Darin enthalten sind zahlreiche Beiträge renommierter Hochschulen und bekannter Unternehmen.

Abstract

Unternehmen sind nicht mehr nur Sender, sondern auch Empfänger von Botschaften. Kunden können im Social Web aktiv auf das Markenimage Einfluss nehmen. In diesem Werk werden Grundlagen, branchenspezifische Aspekte, Erfolgsfaktoren, Herausforderungen im Controlling und Perspektiven des Social Branding vorgestellt.



Claudia Hilker

Erfolgreiche Social-Media-Strategien für die Zukunft

Linde, 1. Auflage, Wien, 2012,

248 Seiten, 24,90 €

ISBN: 978-3709303689

Kernthese

„Firmen ohne Social-Media-Präsenz haben das Risiko einer Reputationskrise. Bei einer erfolgreichen Social Media Strategie stimmen Kundenorientierung, Glaubwürdigkeit und Transparenz“

Was Sie lernen

Bei diesem Werk lernen Sie anhand zahlreicher aktueller Praxisbeispiele, wie Unternehmen im Internet erfolgreich kommunizieren und welche Fehler sie vermeiden sollten.

Abstract

Soziale Netzwerke werden mittlerweile selbstverständlich genutzt – allerdings häufig ohne Strategie und ohne zu wissen, ob es sich rechnet. Die Autorin beschreibt erfolgreiche ganzheitliche Modelle zur Social-Media-Implementierung und gibt eine Prognose, welche Strategien in den nächsten Jahren erfolgreich sein werden.