

Inhaltsverzeichnis

- 1 Was ist (und kann) Social Media? Und was nicht? 1
 - 1.1 Arten von Social Media 2
 - 1.2 Die Social-Media-Landschaft in Deutschland 3
 - 1.3 Unterschiede zwischen Social Media für B2C und Social Media für B2B 4
 - 1.4 Das bringt Social Media für B2B 5
 - 1.5 Dos & Don'ts für die professionelle Social-Media-Nutzung 8
 - 1.6 Rechtliche Aspekte der Social-Media-Nutzung 11
- 2 Erst denken, dann posten: So entwickeln Sie eine Social-Media-Strategie 15
 - 2.1 Einbindung von Social Media in die Marketingstrategie 16
 - 2.2 In sechs Schritten zur erfolgreichen Social-Media-Strategie 16
 - 2.3 Unternehmensprofil oder Corporate Influencer*innen? 19
 - 2.4 Content: Woher nehmen und nicht stehlen? 20
 - 2.5 Paid Content: Anzeigen und Influencer*innen als Teil der Social-Media-Strategie 23
- 3 Social-Media-Kanäle für B2B 27
 - 3.1 Corporate Blogs 27
 - 3.2 YouTube 29
 - 3.3 LinkedIn 31
 - 3.4 XING & Kununu 34
 - 3.5 Facebook 36
 - 3.6 Instagram 38
 - 3.7 TikTok 40
 - 3.8 X (ehemals Twitter) und Co. 42

3.9 WhatsApp	44
Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	47
Literatur	49