

Inhalt

Vorwort 7

- 1 Einführung 9**
- 2 EXPLORE: Social Media 11**
- Was gerade passiert und warum Social Media kein Hype mehr ist 11
Warum die öffentliche digitale Kommunikation für Unternehmen relevant ist 13
Welche Chancen und Risiken bestehen 14
Welche Formate wichtig sind 15
- 3 ELABORATE: Funktionen 2.0 – Was in einzelnen Unternehmensbereichen passiert 23**
- Funktionale Transformationen für die Dialogwelt: Varietätsgesetz @ Work 23
Social Media & Corporate Security: Mit Sicherheit beobachten 27
Social Media & Competitive Intelligence: Informationen über Wettbewerber 31
Social Media & Kommunikation: Kritische Themen beobachten, verdichten und dann? 32
Social Media & Marketing: Auf Augenhöhe zuhören 34
Social Media & Employer Branding: Aktion, Dialog, Koordination 39
- 4 ENABLE: Was Controller über Social Media-Analyse wissen sollten 45**
- Analyseformate 45
Module professioneller Analyse 47
Automatisierte Dashboards und frei verfügbare Tools 55
Fallstudien Social-Media-Analyse 64
- 5 ESTABLISH: Was Controller aufbauen sollten 75**
- Als Business Partner Fragen einbringen 75
Enterprise 2.0 gestalten 78
Kennzahlen und Reportings entwickeln 79
Eigene Prozesse transformieren: Rationalitätssicherung und Koordination in der Dialogwelt 83
Fallstudie: Social-Media-Koordination als eigenständige Querschnittsfunktion 85

6	ENTER: Einfach in das neue Zeitalter einsteigen	91
7	Danksagung	93
8	Literaturverzeichnis	95
9	Stichwortverzeichnis	97
	In eigener Sache	100