

# 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

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