

| | |
|---|-----------|
| Vorwort Dr. Stefan Frädrieh | 11 |
| | |
| 1. Michael Ehlers – Social Media und die Dampfmaschine | 16 |
| Es war einmal ... Die Geschichte des sozialen Netzwerks | 22 |
| INTERVIEW Wie Social Media den Vertrieb verändert | 23 |
| | |
| 2. Mit Gezwitscher zum Erfolg | 30 |
| Informationsvorteile | 32 |
| Social Media: Erfolgsfaktor und Schreckgespenst | 33 |
| EXKURS Wenn ein Shitstorm das Konzern-Image zerstört | 35 |
| Twitternde Kollegen | 39 |
| Alle Möglichkeiten ausschöpfen | 41 |
| Große Wirkung mit wenig Aufwand | 42 |
| | |
| 3. Eigenschaften eines erfolgreichen Twitter-Accounts 44 | |
| Corporate Design | 46 |
| Trendbarometer Twitter | 46 |
| Actio gleich Reactio | 47 |
| Klasse statt Masse | 48 |
| Gut Ding will Weile haben | 49 |
| EXKURS Social Media gewinnt für Technologie-Unternehmen an Bedeutung – Eurocom Worldwide Umfrage | 49 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 4. | Facebook – Geschichte eines Mittzwanzigers, der die Welt veränderte | 54 |
| | Ein Vermögen von neun Milliarden Dollar | 56 |
| | Schlagende Argumente für das Engagement auf Facebook | 57 |
| | Angebote und Rabatte locken User | 58 |
| 5. | Das professionelle Facebook-Profil | 60 |
| | Die Fanpage: das virtuelle Tor zu Ihrem Unternehmen ... | 63 |
| | EXKURS Immer mehr Geschäftsführer erkennen den Wert von Social Media | 63 |
| | Qualität ist messbar | 64 |
| | Offener Dialog auf Augenhöhe | 65 |
| | Geben Sie Ihrem Unternehmen ein menschliches Gesicht | 66 |
| | Mit multimedialen Inhalten die Reichweite erhöhen | 67 |
| | Mit der Vernetzung aller Social-Media-Kanäle die Sichtbarkeit vergrößern | 68 |
| 6. | Das Ding mit XING | 70 |
| | Sie müssen aktiv bleiben | 71 |
| | Das Profil pflegen wie die eigenen Bewerbungs- unterlagen | 72 |
| | Beachten Sie beim Erstellen Ihres Profils ein paar einfache Regeln | 72 |
| | Das Unternehmensprofil | 73 |
| | Mit den richtigen Kontakten ins Gespräch kommen | 74 |
| | Klasse statt Masse | 75 |

| | |
|--|----|
| Der kleinste gemeinsame Nenner | 75 |
| Neue Mitglieder kennenlernen | 76 |
| Big Brother is watching you | 76 |
| Das Netzwerk pflegen | 77 |
| Den Überblick behalten | 77 |
| Gruppendynamik | 77 |
| „Bitte stellen Sie sich kurz vor“ | 78 |
| Wer schreibt, der bleibt | 79 |
| Selbst Gruppenmoderator werden | 79 |
| EXKURS Eine Geldkuh namens XING | 80 |

7. Geosoziale Netzwerke liegen im Trend:

| | |
|--|-----------|
| Du auch hier? | 92 |
| Geosoziale Netzwerke geschäftlich nutzen | 95 |
| Potenziale für Werbetreibende | 96 |
| Foursquare | 99 |
| Gut kopiert ist halb gewonnen | 101 |
| Auch Facebook weiß, wo du gerade bist | 101 |

8. Virale Videos als Marketingwerkzeug

| | |
|--|------------|
| im sozialen Web | 104 |
| Die Du-Röhre | 106 |
| EXKURS Virale Videos als Verbraucherwaffe | 107 |
| Ihr eigener Unternehmenskanal | 114 |
| Vom eigenen Video zum viralen Erfolg | 117 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 9. | Was kommt nach dem Web 2.0? | 122 |
| | Web 1, 2 oder 3? | 124 |
| | Worum es geht | 124 |
| | Die Spitze des Eisberges | 126 |
| | Fiktion, Zukunftsmusik oder greifbare Realität | 128 |
| | Quo vadis? | 129 |
| | | |
| 10. | Google+: Das neue Facebook? | 132 |
| | EXKURS Google+: Wer braucht noch | |
| | XING und LinkedIn? | 134 |
| | Freund ist nicht gleich Freund | 136 |
| | Strukturierte Information | 137 |
| | Aufgeräumt, erwachsen, vernetzbar | 138 |
| | EXKURS Das Duell: Facebook vs. Google+ | 139 |
| | Marketing im Social Media | 147 |
| | Flut der Experten | 148 |
| | EXKURS Attacke auf sozialer Ebene | 148 |
| | Google+ als Facebook-Killer und Facebooks | |
| | schnelle Reaktion | 151 |
| | Konkurrenz belebt das Geschäft | 152 |
| | | |
| 11. | Der Blog – Chancen für Unternehmen | 154 |
| | Was ist ein Blog? | 156 |
| | Was bringt ein Blog – Chancen und Risiken | 156 |
| | Was muss ich mitbringen? | 158 |
| | Wie wird ein Blog genutzt? | 159 |

| | |
|--|------------|
| 12. Monitoring – beobachten Sie Ihren Erfolg! | 162 |
| INTERVIEW In den Kunden Reinhören: | |
| Zum Nutzen der Medienbeobachtung im Vertrieb | 164 |
| | |
| 13. Über Social Communitys | |
| zur besseren Kundenbeziehung | 168 |
| Vitamin B | 170 |
| Richtige Kontakte zählen | 171 |
| INTERVIEW mit Mike Schnoor | 172 |
| Kontaktportale als Austausch- und Akquiseplattform | 178 |
| EXKURS Neun Mythen über Social Media | 179 |
| Möglichkeiten der Social Communitys richtig nutzen ... | 183 |
| EXKURS Data-Mining: der nächste große Trend im Social Media Marketing? | 184 |
| Kunden und Verkäufer finden gemeinsame Interessen | 189 |
| Knigge für die Kontaktanfrage | 189 |
| EXKURS Social Media auf dem Weg zur Professionalisierung | 191 |
| | |
| 14. Social Sharing | 208 |
| EXKURS Social Sharing: Wissen, wie LIKES wirken | 211 |
| | |
| Schlusswort | 219 |
| Danke | 224 |
| Wortverzeichnis | 226 |
| Quellen | 235 |