

# Inhalt

Vorwort .....	6
1 Herausforderung Personalgewinnung .....	8
2 Social Media – ein neues Instrument für die Personalbeschaffung .....	21
2.1 Zahlen und Fakten zur Entwicklung der Social Media .....	22
2.2 Twitter .....	26
2.3 Xing .....	30
2.4 Andere relevante soziale Netzwerke .....	34
3 Facebook .....	39
3.1 Profilerstellung .....	40
3.2 Funktionen .....	43
3.3 Nutzerverhalten .....	49
3.4 Nutzung des persönlichen Profils als Vorbereitung auf die Unternehmensseite .....	50
3.5 Von Freunden über Fans zu Multiplikatoren – die grundlegende Funktionsweise von Facebook .....	54
4 Strategie .....	55
4.1 Vorbereitungen .....	56
4.1.1 Ziele definieren .....	57
4.1.2 Zielgruppe .....	70
4.1.3 Ist-Analyse .....	72
4.1.4 Umfeldanalyse .....	73
4.1.5 Zuständige und Verantwortliche benennen .....	75
4.1.6 Kostenkalkulation .....	78
4.1.7 Krisenmanagement .....	80
4.1.8 Inhalte .....	82
4.2 Erstellung einer Unternehmensseite .....	91
4.2.1 Funktionen der Unternehmensseite .....	93
4.2.2 Erste Schritte zur Unternehmensseite .....	97
4.3 Der tägliche Betrieb .....	101
4.3.1 Posten .....	101

4.3.2 Tageszeit. ....	109
4.3.3 Tonalität. ....	111
4.3.4 Redaktionsplanung und Kampagnen. ....	112
<b>5 Bekanntheit der Seite und Reichweite von Posts steigern. ....</b>	<b>115</b>
5.1 Edge Rank. ....	115
5.2 Werbeanzeigen und sponsern von Posts. ....	116
5.2.1 Sponsored Posts. ....	117
5.2.2 Sponsored Ads. ....	121
5.2.3 Sponsored Stories. ....	127
5.2.4 Offline-Werbung. ....	128
<b>6 Recht. ....</b>	<b>130</b>
6.1 Registrierung. ....	130
6.2 Nutzung von Bildern, fremden Texten und Videos. ....	131
6.3 Umgang mit Wettbewerbern. ....	132
6.4 Haftung für Inhalte Dritter. ....	132
6.5 Werbeanzeigen. ....	133
6.6 Direkte Kommunikation mit anderen Nutzern. ....	134
6.7 Nutzung der Marke Facebook. ....	134
6.8 Social-Media-Guidelines. ....	134
<b>7 Erfolgsmessung. ....</b>	<b>136</b>
7.1 Offensichtliche Erfolgskriterien. ....	136
7.2 Der Werbeanzeigenmanager. ....	137
7.3 Die Seitenstatistiken. ....	140
<b>8 Anforderungen an einen professionellen Internetauftritt in der Langzeitpflege. ....</b>	<b>150</b>
8.1 Kategorie 1: Orientierung. ....	150
8.2 Kategorie 2: Inhalt. ....	153
8.3 Kategorie 3: Design. ....	156
8.4 Kategorie 4: Dialogkomponenten. ....	158
8.5 Checkliste zur Bewertung von Internetauftritten. ....	159
Glossar. ....	162
Autoren. ....	163