

Inhaltsverzeichnis

1 Die Gesellschaft im Wandel der Zeit – Der Tagesablauf eines Digital Native	1
1.1 Was sind Digital Natives und warum spricht jeder <i>über</i> uns anstatt einfach <i>mit</i> uns zu sprechen?	5
1.1.1 Erstens kommt es anders und zweitens als man denkt.	7
1.1.2 Online sein – Das Suchtgift der Generation Y	8
1.1.3 Warum sind wir rund um die Uhr online?	
Die Story von Thomas	10
1.1.4 Social Media haben mein Leben verändert! Die Erfolgsstory von YouTube-Star Mischa Janiec	12
1.1.5 Digital Detox – Eine Woche ohne Smartphone	15
1.2 Digital Natives und Digital Immigrants – der Aufprall zweier Generationen	16
Literatur	20
2 Social Media – Willkommen in unserer Welt	21
2.1 Die Digitalisierung der Medien	23
2.2 Die Zeit für neues Marketing ist da	25
2.2.1 Push Marketing war gestern – Schluss mit dem Sender-Empfänger Modell	26
2.2.2 Die große Angst vor Social Media	28
2.2.3 Warum Social Media Marketing für Unternehmen immer wichtiger wird	33
2.3 Social-Media-Strategie – So erreichen Sie Ihre zukünftigen Kunden	36
2.3.1 Notwendige, vorbereitende Tätigkeiten	37
2.3.2 Ziele setzen, Visionen haben	38
2.3.3 Erfolgsbeispiele Social Media	43
2.3.4 Die Erforschung der eigenen Kunden – Zuhören, Lernen, Umsetzen	49
2.3.5 Zuständig für Social Media Marketing ist nicht nur die Marketing-Abteilung	50

2.3.6	Social Media Guidelines – die Hilfestellung für Mitarbeiter	52
2.3.7	Welches soziale Netzwerk passt zu meinem Unternehmen?	54
2.3.8	Wie gehe ich als Unternehmen vor, um die passende Plattform zu finden?	57
2.3.9	Die richtige Ansprache – Das digitale „Du“ in Social-Media-Kanälen, oder doch nicht?	57
2.4	Facebook – Das stärkste soziale Netzwerk – Die Spielwiese der Generation Y	60
2.4.1	„Gefällt mir“ – Ein Daumen erobert die Welt	60
2.4.2	Markenkommunikation auf einem neuen Level – Der Open Graph	61
2.4.3	Seiten, Profile und Gruppen – die Funktionen von Facebook für das Unternehmen	63
2.4.4	Werbeanzeigen auf Facebook – Der Aufbau einer Community . . .	65
2.4.5	Gute Freunde kauft man nicht – man muss sie überzeugen	66
2.4.6	Zehn Tipps für eine erfolgreiche Facebook-Seite	67
2.4.7	Der richtige Content im Social Media Marketing – so geht Kommunikation	71
2.4.8	Krisenkommunikation – Kritik zu positiver PR wandeln	75
2.5	Die Umsetzung und der laufende Betrieb	78
2.5.1	Integration von Social Media Marketing in die bestehenden Unternehmensprozesse	78
2.5.2	Was wird bei all dem Social Media aus meinen bisherigen Kunden?	80
2.5.3	Social Media Monitoring- das Verhalten des Kunden verstehen . . .	82
2.5.4	Worauf sollte man achten, wenn man sich Gedanken über kostenpflichtige Monitoring Tools macht?	84
2.5.5	Wie messe ich den ROI meiner Social-Media-Aktivitäten?	86
2.5.6	Influencer – Der mächtigste Vertrieb im Social Web	88
2.5.7	Reichweite vs. Offline-Vertrieb	89
	Literatur	90
3	Ignorante Unternehmen werden scheitern	93
3.1	Was passiert mit Unternehmen, die zukünftig auf Social Media Marketing verzichten?	93
3.2	Wenn ein angeblicher Hype zur Chance wird	93
3.3	Social Web ist erst der Anfang – digitale Vernetzung wird das Konzept der Zukunft sein	94
3.4	Neue Kommunikations- und Informationskanäle für mehr Lebensqualität	94
3.5	Mit Social Media Marketing einen Schritt voraus	94
3.6	Vernetzung in allen Bereichen – die digitale Zukunft	95

3.7	Digitale Demenz	96
3.7.1	Wenn man mit Halbwissen Potentiale verschenkt	97
3.7.2	Die fünf häufigsten Gründe, warum Unternehmen auf Social-Media-Plattformen scheitern	98
4	Wie verändert die Digitalisierung die Arbeitswelt?	
	Stimmen aus der Praxis	101
4.1	Interview mit Investmentpunk Gerald Hörhan	101
4.2	Ist die klassische Werbung vom Aussterben bedroht? Gastbeitrag von Claus Zerenko, Marketingexperte	104
4.3	Steht es um die Generation Y denn nun wirklich so schlecht? Gastbeitrag von Gabriele von Szada-Borritzowski, Mutter und selbstständige Redakteurin	106
	Literatur	107
5	Fazit	109
6	Nachwort	111
	Warum Chefsache?	115