

(Mobile pdf) facebook - marketing unter freunden: Dialog statt plumpe Werbung

facebook - marketing unter freunden: Dialog statt plumpe Werbung

Von Felix Holzappel, Klaus Holzappel
ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #443483 in BcherVerffentlicht am: 2011-01Abmessungen: 9.45 x .63b x 6.89l, Einband: Broschiert248 Seiten | File size: 77.Mb

Von Felix Holzappel, Klaus Holzappel : facebook - marketing unter freunden: Dialog statt plumpe Werbung before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised facebook - marketing unter freunden: Dialog statt plumpe Werbung:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen21 von 22 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Konzept-Anleitung fr die eigene Facebook-MarketingstrategieVon Beatrice BrennerDas Buch hat mir anhand von Zahlen, Fakten und Erfolgsstories erst klargemacht, welchen Stellenwert mittlerweile das Social Web und speziell Facebook haben.Die rund 250 Seiten lesen sich leicht, flssig und unterhaltsam. Die Lektre ist ein idealer Leitfaden fr Einsteiger, Unternehmen und Marketingverantwortliche, die Facebook strategisch einsetzen wollen. Gerade, wer

Facebook in seine Marketingstrategie integrieren will, sollte die Anfangskapitel zum Verständnis wirklich aufmerksam lesen. Fehler, die andere gemacht haben, muss man ja selbst nicht wiederholen. Wie bei Google so finden sich auch bei Facebook Möglichkeiten zur Erfolgsmessung der Facebook-Aktionen. Geradezu unglaubliche ROI Zahlen von bekannten Unternehmen findet man auf Seite 156. Das ist absolut beeindruckend. Die Autoren erklären die Idee, Funktionsweisen und Plugins von Facebook ganz locker anhand von Metaphern. Das macht Spaß zu lesen und man versteht das Ganze spielerisch. Ab Seite 166 geht's los mit Kampagnen-Beispielen aus der Business-Praxis. Beschrieben werden Erfolgsgeschichten von etlichen B2C Unternehmen und einer Klinik, die statt Krankheiten das Thema Gesundheit in den Vordergrund stellt. Endlich mal eine positive Darstellung der Arbeit eines Krankenhauses bzw. 'Gesundheits'hauses! Zum Glück gibt's dann auch noch ein B2B Beispiel. Am Schluss weist uns eine kleine Facebook-Knigge darauf hin, was man tut und was lieber nicht. Auch das ist wichtig und spart Zeit, wenn man die Erfahrungen nicht erst selbst machen muss. Wer noch mehr dazu lesen möchte, findet auf meiner Homepage oder bei Netzpiloten eine ausführlichere Rezension. 4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Die eigene Facebook-Präsenz aufbauen Von Rolf Dobelli Wer nicht selbst mitmacht, steht vor dem Phänomen Facebook Co. wie der Ochs vorm Berg: Was treibt Millionen Nutzer dazu, ihren Netzfremden mitzuteilen, welche Cornflakes es zum Frühstück gab? Weshalb opfern sie ihre Zeit, um kostenlose Werbevideos für Unternehmen zu drehen? Und wie konnte es passieren, dass sich eine der größten Facebook-Communities um die Marke Nutella dreht, obwohl das Unternehmen nicht einen Finger dafür gerührt hat? Nach der klassischen Lehre ergibt das alles keinen Sinn. Die Autorenbrüder Holzapfel erklären, warum soziale Netzwerke anders ticken, worauf sie ansprechen und wie Unternehmen einen Fuß in die Tür der Web-Wohnzimmer bekommen können. Die Autoren nehmen ihre Leser buchstäblich an die Hand, sie führen sie via Screenshots durch die Facebook-Welt, diskutieren Marketingstrategien und Controlling und runden ihre Tour mit einem Blick auf kreative Kampagnenbeispiele ab. getAbstract empfiehlt das Buch allen Marketingverantwortlichen und Unternehmern, die mit dem Web 2.0 noch fremdeln, aber im Kampf um die Kunden nicht die rote Laterne tragen wollen. 5 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Informativ - einfach - verständlich! Von Michaela Aufgrund der hier gelesenen Rezensionen habe ich mir das Buch gekauft und ziemlich rasch ausgelesen. Ich bin absoluter Quereinsteiger was Werbung und Marketing betrifft, und zähle sicherlich zu der "alten" vorsichtigen Generation, welche sich langsam an Web 2.0 heran tasten muss und möchte. Nach dem Kauf von zahlreichen - viel zu fachmännischen Büchern - zum Thema Marketing, hat mir dieses Buch erstmals - mit einfachen verständlichen Worten - eine nachvollziehbare Erklärung zum Facebook-Marketing gegeben. Es wird Schritt für Schritt erklärt, es werden Anregungen und Ideen geliefert, viele Beispiele gebracht. Auch wenn die Beispiele für das eigene Unternehmen nicht anwendbar sind, liefern sie Anregungen und Ideen und setzten bei mir einen Umdenkprozess in Gange. Das Buch motiviert! Das Buch macht Lust auf Facebook-Marketing! Ich zähle zur Generation 45Plus und bin durch die Ideen und Anregungen marketingmutiger geworden ... dies hat mich fasziniert!

Kurzbeschreibung Ihre Zielgruppen sind im Web 2.0! Und wo sind Sie? Social Media stehen im Begriff, das Marketing zu revolutionieren. Mitwirkung und Partizipation sind die Schlüsselwörter. Kommunikation mit Kunden findet auf Augenhöhe statt. Konsumenten werden zu aktiven Mitgestaltern von Marketing, Produkten und sogar Marken. Felix und Klaus Holzapfel, Experten für alternative Marketingstrategien, illustrieren, was die User in sozialen Netzwerken machen, wie man sich mit ihnen verbindet, was man alles von ihnen lernen kann und wie man sie aktiv in die eigene Marketingstrategie integriert. Denn nur wer Facebook verstanden hat, kann sich positionieren und Kampagnen entwerfen, die nicht nerven, sondern als gern gesehener Freund von sich reden machen. Dabei verwandeln die kürzlich vorgestellten Social Plugins von Facebook statische Webseiten in interaktive Erlebnisse, vernetzen Informationen und schaffen attraktiven Mehrwert für Nutzer und Unternehmen. Dieses Buch führt Sie durch die Welt des Social Networks Facebook. Es zeigt, wie Sie Facebook in Ihr Marketing integrieren und welche Werbe- und Kommunikationsmöglichkeiten es bietet. Anhand zahlreicher internationaler Praxisbeispiele von großen Marken bis hin zum Ein-Mann-Unternehmen zeigen die Autoren, wie man die neuen Herausforderungen in Marketing, Kommunikation und PR bewältigt und sich ein Millionenpublikum erschließt weltweit. über den Autor und weitere Mitwirkende Felix Holzapfel ist Geschäftsführer der deutschen Niederlassung von conceptbakery. Die Agentur ist auf die Entwicklung alternativer Marketingstrategien für Unternehmen in Deutschland und den USA spezialisiert. Er hat sich einen Namen als Autor und Co-Autor mehrerer Bücher gemacht und ist gefragter Referent für unkonventionelles, digitales und medienbergreifendes Marketing. Klaus Holzapfel lebt seit 1997 in den USA und ist Geschäftsführer der Marketingagentur conceptbakery llc in Denver, CO. Diese ist auf die Entwicklung und Umsetzung außergewöhnlicher Konzepte in den Bereichen Guerilla und Social Media Marketing spezialisiert. Außerdem ist er Experte für die Verbindung von Werbemaßnahmen mit einem guten Zweck und Gründer der Non-Profit-Organisation Ubuntu Now.