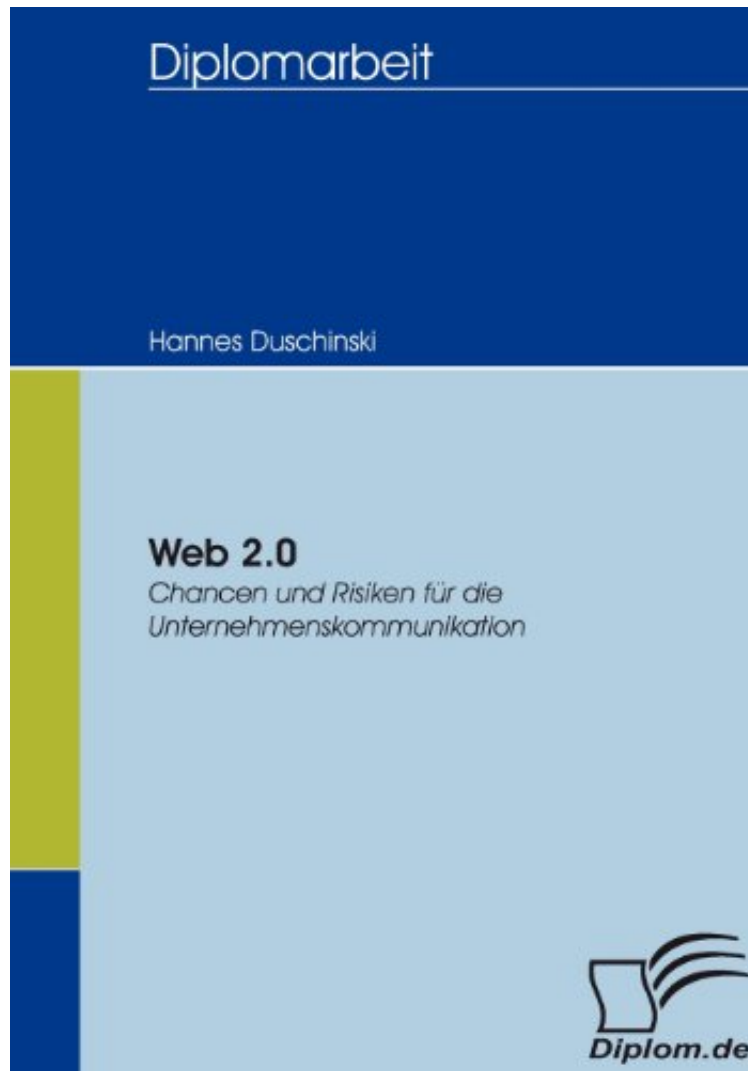


Web 2.0: Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation

Von Hannes Duschinski

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #2058510 in BcherVerffentlicht am: 2007-09-24Abmessungen: 10.00 x .25b x 7.011, .49 Pfund Einband: Taschenbuch120 Seiten | File size: 69.Mb

Von Hannes Duschinski : Web 2.0: Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Web 2.0: Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Hochverdichtete Informationen für den Unternehmensalltag!Von Frucht!Wo andere Autoren sich in Platitiden und endlosen theoretischem Fachvokabular verlieren, kommt der Autor in diesem Werk direkt auf den Punkt. Das macht nicht nur Freude beim Lesen sondern bringt den geneigten Leser auch wirklich voran. Was hier an geballtem Praxis-Know-How drinsteckt, sucht man auf dem Fachbuchmarkt ansonsten vergebens. Hier trifft Expertise auf eine

ausgeprägte "Can do" Mentalität. Zahlreiche Best-Practice-Cases zeigen Wege auf, die eigene Herangehensweise an ein komplexes Thema, wie dieses, mit anschaulichen Beispielen zu erden. Dieses Buch werden Sie mehr als einmal zur Hand nehmen, so ging es zumindest mir.³ Von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Dabeisein ist nicht alles! - Praxisnah, umfassend und anschaulich Von Felix Kost Viele interessante Ansatzpunkte, die Unternehmenskommunikation mit einfachen Mitteln zu verbessern. Umfassende Darstellung der aktuellen Herausforderungen für die Unternehmenskommunikation, von Verfall des Meinungsmonopols der Massenmedien bis zu virtuellen Bezugsgruppen. Statt wie so viele andere die Vision Web 2.0 zu beschwören, widmet sich der Hannes Duschinski der Fragen: Was können und müssen Unternehmen heute tun? und Womit sollten Unternehmen beginnen?³ Von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Web 2.0 - Das müssen Kommunikations-Entscheider wissen! Von Marianne Steinborn Endlich mal mehr als Blogs und Wikis! Angenehme Abwechslung zum Web 2.0 Hype auf Kongressen, in Zeitschriften und Büchern. Bringt die wesentlichen Faktoren heutiger Unternehmenskommunikation auf den Punkt. Stellt die Grundkonzepte vor und diskutiert Anwendungsszenarien, Erfolgsmessung und Schwachstellen der einzelnen Methoden. Wirklich empfehlenswert!

Kurzbeschreibung Mit dem Schlagwort Web 2.0 vollzieht sich ein grundlegender Strukturwandel des Internet. Ein wachsendes Spektrum von Anwendungen eröffnet dem einzelnen Nutzer mehr Mitwirkungsmöglichkeiten. Er kann selbst Inhalte erstellen und für andere zugänglich im Netz ablegen. Neue Instrumente erlauben ihm, seiner Stimme öffentlich Gewicht zu verleihen. Zunehmend wird davon Gebrauch gemacht - mit teilweise erheblichen Folgen für die betroffenen Unternehmen. Ist das Web 2.0 aus Sicht der Unternehmenskommunikation nur ein Phantom oder ein ernstzunehmendes Phänomen? Diese Frage wird im Rahmen der folgenden Arbeit beantwortet. Gespräche über eine Marke oder ein Produkt sind im Internet archiviert und geben wertvolle Hinweise auf Stimmungen, Bedürfnisse und Optimierungsmaßnahmen. Insbesondere kleineren Unternehmen bieten sich mit stark begrenztem Kommunikationsbudget und stark spezialisierten Produkten erhebliche Chancen ihre Zielgruppe direkt zu erreichen. Auf der anderen Seite weicht das Meinungsmonopol der Massenmedien zunehmend auf. Kunden, Geschäftspartner, Investoren, die eigenen Mitarbeiter oder potentielle Bewerber nutzen das Internet als Erst-Informationsquelle. Nachrichten und Gerüchte verbreiten sich in nur wenigen Augenblicken und sind von Unternehmensseite nur schwer zu kontrollieren. Die eigene Reputation und Marke werden angreifbarer. Die Gefahr von Kommunikationskrisen steigt. In der vernetzten Welt des Web ist Kommunikation mit den bisherigen Methoden nicht länger steuerbar. Die Arbeit beginnt mit einer eingehenden Erläuterung des Begriffes Web 2.0. Es folgt eine quantitative und qualitative Analyse der aktuellen Internet-Nutzung in Unternehmen und Bevölkerung. Dabei wird besonders auf die bisherige Praxis der Unternehmenskommunikation im Web und die Rolle des Internet als Informationsquelle eingegangen. Der Wandel der Kommunikationsumwelt durch das Web 2.0 steht im Mittelpunkt des zweiten Abschnittes. Neben Veränderungen im Informationsverhalten werden die neuen Instrumente des Web 2.0 - Weblogs, Wikis, Social Bookmarking, Media-Sharing Plattformen vorgestellt. Ein grafisches Modell verdeutlicht die neuen Kommunikationsbeziehungen und Machtverhältnisse in der enger vernetzten Welt des Web 2.0. Die Herausforderungen der aktuellen Internet-Entwicklung für Unternehmen und Marken im Einzelnen sind Gegenstand von Teil drei der Studie. Anhand aktueller Beispiele aus der Praxis werden dabei etwaige Chancen und Risiken verdeutlicht. Das Web 2.0 gibt Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen neue Werkzeuge an die Hand. Diese werden im vierten Abschnitt erläutert. Die Grenzen und Möglichkeiten der neuen Instrumente werden ebenso diskutiert, wie deren Eignung in spezifischen Anwendungskontexten. Fallstudien und Referenzen aus der Praxis illustrieren die Ausführungen. Das abschließende Fazit bringt die Erkenntnisse auf den Punkt und ermöglicht dem Lesern eine Einschätzung der Relevanz des Themas Web 2.0 auf Basis der spezifischen Situation seines Unternehmens.