

(Mobile book) Empowered - Die neue Macht der Kunden: Wie Unternehmen und ihre Mitarbeiter Facebook Co. nutzen können

Empowered - Die neue Macht der Kunden: Wie Unternehmen und ihre Mitarbeiter Facebook Co. nutzen können

Von Josh Bernoff, Ted Schadler
*ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook*



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1308821 in BcherVerffentlicht am: 2011-09-26Erscheinungsdatum: 2011-09-26Abmessungen: 8.70 x 1.02b x 5.87l, Einband: Gebundene Ausgabe272 Seiten | File size: 67.Mb

Von Josh Bernoff, Ted Schadler : Empowered - Die neue Macht der Kunden: Wie Unternehmen und ihre Mitarbeiter Facebook Co. nutzen können before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Empowered - Die neue Macht der Kunden: Wie Unternehmen und ihre Mitarbeiter Facebook Co. nutzen können:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Die neue Form des Kundendienstes im Internet
Von Rolf Dobelli
Durch soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter usw. haben Kunden heute eine noch nie da gewesene Machtposition erreicht. Sie können Unternehmen mit ihren Meinungen und Kommentaren auf den Umsatz-Olymp katapultieren oder auf die Abschussliste setzen. Die beiden Marktforscher Josh Bernoff und Ted Schaller raten deshalb den Unternehmen, in Sachen Social Media selbst aktiv zu werden. Was es vor allem zu tun gilt: Netzwerkgewandte Mitarbeiter - plakativ als HEROs" (fr Highly Empowered and Resourceful Operatives) bezeichnet - müssen gezielt gefördert werden. Die erste Hälfte des Buches beschreibt, was die HEROs machen. In der zweiten Hälfte geht es um die Erschaffung eines HERO-Unternehmens. Dabei beweisen die Autoren einen unerschütterlichen Glauben an die Mitteilungsfreude zufriedener Kunden und die Nützlichkeit sozialer Netzwerke - ohne diese auch nur ansatzweise infrage zu stellen. Positiv ist allerdings, dass das Buch leicht verständlich geschrieben und mit eindrucksvollen Fallbeispielen ausgestattet ist. getAbstract empfiehlt es Managern, Marketing- und IT-Spezialisten sowie allen einflussreichen Arbeitnehmern mit Freude am Kundendienst.
1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Empowered - interessante Lektüre für Führungsverantwortliche und allen Mitarbeitern die mit Kundenservice zu tun haben
Von Stephan Rbbeln
Im Internet-Zeitalter schlucken die Kunden nicht länger die Hochglanzwerbung der Unternehmen. Stattdessen melden Sie sich zu Wort, ungefiltert und unmissverständlich. Unternehmen können sich in dieser Zeit nicht darauf verlassen, dass unzufriedene Kunden stillhalten. Die Kunden sind mit Ihren Smartphones und anderen Devices ständig online, vernetzen sich in sozialen Netzwerken und machen davon Gebrauch um Ihre Unzufriedenheit kundzutun. Unternehmen die sich dieser Realität stellen, bieten sich enorme Chancen. Die Instrumente, mit denen diese Management-Herausforderungen umgesetzt werden können, erklären die Autoren in diesem Buch.
Josh Bernoff (Vice President bei Forrester Research und Koautor des Buches 'Groundswell') und Ted Schaller (Vice President und Prinzipal Analyst bei Forrester Research) gehen in dem Buch Empowered auf die neuen Herausforderungen ein, auf die sich das Management einstellen muss wenn es den Weg zum HERO-Unternehmen gehen möchte. Das Buch erschien bereits 2010 im Original unter dem Titel 'Empowered ' Unleash Your Employees' und die deutsche Fassung wurde vom Hanser Verlag vor knapp einem Monat (Ende September) veröffentlicht. HERO steht in diesem Zusammenhang für Highly Empowered and Resourceful Operatives (besonders fähigen Mitarbeitern), die die Führungskräfte in den Unternehmen identifizieren und fördern sollten. Die Autoren sprechen also über besonders kreative, innovative und meistens auch sehr Online- bzw. Technologieaffine Angestellte in einem Unternehmen. Groundswell ('A social trend in which people use technologies to get the things they need from each other, rather than from traditional institutions like corporations') erschien bereits 2008 und ist immer noch eines der Standardwerke, wenn es um die Erarbeitung von Unternehmensstrategien bei der Nutzung von Social Media in Verbindung mit Kunden / Partnern geht. Auch bei Empowered dreht sich alles um den Kunden und warum man besonders fähige Mitarbeiter benötigt, um die Kundenwünsche der heutigen Zeit besser zu verstehen und diese mittels aktuellen Technologien befriedigen zu können. Als wir im Jahr 2008 Groundswell veröffentlichten, bestand die Herausforderung darin, Strategien dafür zu entwickeln, in sozialen Umgebungen wie Facebook oder Blogs in Kontakt zu den Kunden zu treten. Heute machen das immer mehr Unternehmen und die Herausforderung sieht anders aus. Das Hauptproblem liegt nicht mehr in der Herstellung von Verbindungen zu technikbegeisterten, vernetzten Kunden, sondern in den Auswirkungen dieser Sache für die Unternehmen. Es handelt sich für eine Herausforderung für das Management. Die beiden Autoren gehen dabei sehr systematisch vor. Sie erklären warum ein Unternehmen überhaupt solche Mitarbeiter benötigt, welche Projekte es gibt, wie der Kundendienst/-service über den Einsatz von Social Media und aktuellen Technologien verbessert werden kann, warum man den Kunden auch über mobile Applikationen einen Service bzw. einen Mehrwert bieten muss und wie man die Kundenbindung verstärken kann. Dieser Bereich des Buches dient als Grundlage für die folgenden Kapitel, in denen die Autoren aufzeigen was ein Unternehmen leisten muss um HERO's zu identifizieren und zu fördern. Dabei betrachten Sie die Projekte von HERO's im Unternehmen immer aus drei Sichten. Was muss der HERO tun? Was muss die IT tun und was muss das Management tun um diese Projekte zu fördern bzw. zum Erfolg zu führen. Der zweite Teil des Buches richtet sich somit noch konzentrierter an die Führungsverantwortlichen in einem Unternehmen. Empowered ist mit ganz vielen Praxisbeispielen und Best Practices angereichert, so dass zu den einzelnen Kapiteln auch immer ein verständliches Beispiel zu finden ist, wie andere Unternehmen dieses schon erfolgreich umgesetzt haben. Unter anderem kommen Beispiele von Best Buy, Kodak, IBM, Sunbelt Rentals, UPS, Intuit und anderen vor. Natürlich sind das alles Beispiele vom amerikanischen Markt aber da es in diesem Buch um das Verständnis für den Kundenservice geht, sind die Beispiele alle sehr lesenswert und nützlich. Fazit: Empowered ist ein lesenswertes Buch, in dem es um die Identifizierung und Förderung von besonders befähigten Menschen im Unternehmen geht. Dies bezieht sich auf den Einsatz und den Umgang von Social Media und aktuellen Technologien, immer ausgerichtet an dem Kundenservice. Wer schon sehr tief in der Materie steckt, dem wird einiges schon sehr bekannt vorkommen. Dabei darf man aber auch nicht vergessen, dass die Originalausgabe bereits 2010 erschienen ist. Gerade die Führungsverantwortlichen und die Mitarbeiter die sich mit Kundenservice beschäftigen können durchaus noch hilfreiches aus diesem Buch mitnehmen. Eine Sache hat mich etwas gestört. Wenn ich schon ein Buch aus dem Original erst 1 Jahr später übersetze und auf dem deutschen Markt veröffentliche, dann könnte ich zumindest dafür sorgen dass die Zahlen von Studien aktualisiert werden. Gerade in diesem Bereich verändern sich Zahlen

so schnell, dass ich nicht mehr in einem 2011 erschienen Buch Zahlen aus 2009 lesen möchte. Das ändert aber trotzdem nichts daran, dass der Inhalt und die Vorgehensweisen immer noch aktuell sind.

Pressestimmen "Nicht das tausendste Buch, das erklärt, wie das Web 2.0 die Kommunikation verändert. Sondern das erste, das zeigt, wie sich die Unternehmen verändern müssen." Der Betriebswirt, April 2012 "Ein hilfreiches, praxisnahes Buch. Lohnende Lektüre für alle, die sich mit Service im Social Web befassen." *acquisa*, Oktober 2011 "... unbedingt empfehlenswert!" www.managementbuch.de, 16.12.2011

Werbetext Unzufriedene Kunden im Netz - und wie man ihnen begegnen kann

Kurzbeschreibung Im Internet-Zeitalter schlucken die Kunden nicht länger die Hochglanzwerbung der Unternehmen, sie lassen sich nicht mit billigen Sprüchen abspesen, sondern melden sich zu Wort, lautstark und unmissverständlich. Denn mit ihren Smartphones und Netbooks sind sie ständig online - und davon machen sie nur zu gerne Gebrauch. Unternehmen können sich nicht länger darauf verlassen, dass unzufriedene Kunden stillhalten. Denn die vernetzen sich, nutzen Social Media und twittern sich ihren Frust von der Seele, sofort und unkontrollierbar. Unternehmen, die sich dieser neuen Realität stellen, bieten sich enorme Chancen: Durch Mitarbeiter, die über das Internet Kontakt zu den Kunden suchen und halten, erfahren sie viel mehr als ihre verschlafenen Mitbewerber, können bei Pannen schneller reagieren und Kundenwünsche besser verstehen.