

(Read now) Erfolgreiche PR im Social Web: Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook, Twitter Co. (Galileo Computing)

## Erfolgreiche PR im Social Web: Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook, Twitter Co. (Galileo Computing)

Von Dr. Rebecca Belvederesi-Kochs  
ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrang: #226885 in BcherVerffentlicht am: 2013-05-27Einband: Broschiert522  
Seiten | File size: 66.Mb

**Von Dr. Rebecca Belvederesi-Kochs : Erfolgreiche PR im Social Web: Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook, Twitter Co. (Galileo Computing)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Erfolgreiche PR im Social Web: Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook, Twitter Co. (Galileo Computing):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Fr Anfnger und Fortgeschrittene geeignetVon H. GottesmannDas Buch gefllt mir sehr gut, da es einerseits einen guten berblick ber verschiedene Bereiche gibt und andererseits konkrete Tipps und Handlungsanweisungen. Das Buch ist insgesamt weniger wissenschaftlich, sondern ein ein Arbeitsbuch fr viele Bereiche.Das erste Kapitel bietet einen Einstieg in die Thematik Social Web und macht anhand vieler Beispiele die groen Herausforderungen und vielen Chancen fr Organisationen und Branchen deutlich. Besonders fr Einsteiger ist dieses erste Kapitel gut geeignet, um einen umfassende berblick zu bekommen. Die Folgekapitel erlutern mit Kampagnenplanung, Imagegestaltung, Produktvermarktung, Verbandsarbeit, Kulturmarketing, Eventkommunikation und Mitarbeiterbindung viele relevante

Bereiche für die PR. Die vielen Abbildungen und Beispiele erleichtern dabei das Lesen und das Verstehen. Ich selbst würde mich als Fortgeschrittener im Bereich Social Web bezeichnen, fand aber trotzdem noch viele neue Anknüpfungspunkte und Anreize für meine Arbeit. Besonders das Schlusskapitel "Die Zukunft der PR-Arbeit im Social Web" empfehle ich jeden zu lesen. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Erfolgreiche PR im Social Web Von Ina "Erfolgreiche PR im Social Web" von Rebecca Belvederesi-Kochs hat mir richtig gut gefallen. Das Buch ist komplett in Farbe, was schon mal ein riesen Pluspunkt ist, gerade bei den vielen Best Practice-Beispielen, die in dem Buch genannt und bebildert dargestellt werden. Man bekommt in den ersten Kapiteln zuerst einmal einen guten Einblick darin, was PR/ffentlichkeitsarbeit überhaupt ist und warum es so wichtig ist, als Unternehmen egal welcher Größe diese zu betreiben. Gelungen ist auch die Abgrenzung zwischen "normaler" PR und solcher, wie sie eben im Social Web betrieben werden muss - denn hier, das kommt im Buch sehr gut raus, besteht ein riesengroßer Unterschied. Interessant finde ich auch die Zahlen, Daten und Fakten, die zu diesem Bereich genannt werden und die, was mich als angehende Medienwissenschaftlerin und BWLerin gefreut hat, von mir aus dem Studium bekannten Persönlichkeiten wie Henry Jenkins zitiert werden. Toll finde ich, dass Rechtstipps bzw. Informationen zum geltenden Recht und damit eventuell verbundene Tücken in extra farbig hinterlegten Kästchen hervorgehoben werden, und das zu jedem Kapitel. Genauso wird es auch mit Marketing-Tipps zu den entsprechenden Themen gemacht. Das bringt nochmal die grundlegenden Informationen auf den Punkt und gibt wertvolle Hinweise, die man in seine Strategie mit einfließen lassen kann und in den meisten Fällen sogar einfließen lassen sollte. Da ich mich selbst viel mit dem Thema Marketing und Social Web, auch aufgrund meines Studiums, beschäftige, waren viele Dinge nicht neu für mich, sondern wurden mir nochmal ins Gedächtnis gerufen. Aber ich konnte auch viele wertvolle Dinge aus dem Buch mitnehmen, die ich bei den nächsten Planungen für das weitere Marketing meiner Projekte mit einarbeiten werde. Gerade bei den Best Practice-Beispielen waren einige spannende Dinge dabei. Und da ich selbst für einen befreundeten Künstler das Marketing übernehmen oder ihn zumindest stark darin unterstützen, hat mich besonders das Kapitel 7 zum Thema Kulturmarketing interessiert. Gerade in diesem Bereich ist es schwer, sich entsprechend im Internet zu platzieren und Informationen an seine Zielgruppe zu adressieren. Rebecca Belvederesi-Kochs ist es gut gelungen, gerade diese Schwierigkeit hervorzuheben und zu beschreiben, wie man damit umgeht, wie man am besten im Social Web vorgeht und vor allem, warum es wichtig ist, nicht zu sagen: Ich mache da nicht mit!, sondern den Mut und die Geduld zu haben, eine Social Media-Seite (z.B. bei Facebook) zu erstellen und diese auch regelmäßig zu pflegen. Schn fand ich auch, dass Künstler, Musiker etc. ein eigenes Kapitel bekommen haben. Hier wurde vor allem auch auf Bild- und Video-Portale verwiesen, auf denen man seine Inhalte bereitstellen und die Leute dadurch zum Teilen animieren sollte. Auch Bewertungsportale kommen hier nochmals zur Sprache. Bereits in den vorherigen Kapiteln wurde anschaulich dargestellt, wie sehr wir auf Bewertungen anderer, egal ob im Web oder persönlich, vertrauen. Die Hervorhebung dieser Tatsache erachte ich als besonders wichtig und die ist in dem Buch ausreichend zur Geltung gekommen. Ich kann das Buch uneingeschränkt empfehlen, egal in welchem Bereich man tätig ist, denn es finden sich auch Abseits der PR gute Tipps, wie man mit der neuen Form des Internets, dem Social Web, umgehen sollte und wie wichtig es ist, auf Kritik von Usern einzugehen. Außerdem eignet sich das Buch auch für komplette Neueinsteiger, die mit dem Social Web noch nie etwas zu tun hatten, für die dieses Thema also komplettes Neuland ist. Denn die Autorin hat einen gut verständlichen Schreibstil und erklärt auch alle Fachbegriffe so, dass sie jeder verstehen kann. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. einfach und verständlich Von Dominique Reiter Das Buch macht deutlich, dass die PR-Arbeit sich gewandelt hat. Auch in Zukunft werden Medien eine Rolle spielen, doch die Zukunft der PR ist die direkte Ansprache ohne Vermittler. War man früher von Journalisten abhängig um seine Geschichten an die Öffentlichkeit zu bringen, so gibt es in Zeiten des Social Web zahlreiche Mittel und Wege eben jene Geschichten selbst zu erzählen. Der direkte Kontakt zu den relevanten Teilöffentlichkeiten wird dabei immer wichtiger. "Erfolgreiche PR im Social Web" gibt nützliche Tipps, die einfach aufbereitet sind. Best Practice Beispiele machen es einfach eine eigene Strategie zu entwickeln. Die Gliederung ist sehr gelungen und man erhält konkrete Informationen für verschiedenste Bereiche der PR. Auf allgemeines Geschwätz wurde verzichtet. Man bekommt, was der Titel verspricht: ein praktisches Handbuch das flüssig zu lesen ist.

Pressestimmen Sehr verständlich geschriebenes Handbuch, das anhand zahlreicher Best Practices zeigt, wie Social-Media-Kampagnen gelingen. Belvederesi-Kochs hat mit Liebe zum Detail Praxisbeispiele unterschiedlicher Branchen ausgewertet und gibt dem Leser professionelle Hilfestellung für eine erfolgreiche Social-Media-Kommunikation. Tipps eines Anwalts für Internetrecht runden das Buch ab. (pressesprecher) Der Lesespaß ist unbeschreiblich: So lohnt das Kapitelchen über das deutsche Currywurst-Museum auch, wenn man nicht im Kulturbereich unterwegs ist. Neben bekannten werden auch unbekannte Beispiele analysiert und sauber bebildert dargestellt, wodurch der Leser einen facettenreichen Überblick über Mögliche und Unmögliches, über Machbares und besser Zuunterlassendes in den sozialen Medien bekommt. (Website Boosting) Das Buch ist eine gute Anlage für jede PR-Abteilung. An vielen Stellen werden positive aber auch negative Beispiele für PR- und Marketing-Arbeit aufgezeigt, so dass man sich hier viele Tipps und strategische Planungsansätze holen kann. An wichtigen Stellen werden auch immer rechtliche Tipps eingebunden.

Somit bietet das Buch sehr gute Einblicke in die PR-Arbeit etwa im Kultur- und Verbandsmarketing sowie in Non-Profit Organisationen. Es ist auch für Nicht-PR-Profis klar verständlich und nicht mit zu vielen Buzz-Wörtern gespickt. (Chip)Das Buch liefert Einsteigern wichtige Grundlagen zur PR-Arbeit im Social Web. Das Buch ist gut bebildert und enthält viele Beispiele. Die Marketing-Take-aways und Rechtstipps liefern wichtige Infos ganz kompakt. (Online-Marketing-Praxis)Ich liebe Bücher, die mir sehr viele Beispiele zeigen, wie etwas gut funktioniert. Behaupten kann man ja viel, belegen geht schon schwieriger. Da kommt mir dieses Buch gerade recht. Denn mit dem Thema PR im Social Web habe ich mich viel zu wenig auseinandergesetzt. Und auch meine Klienten fragen verstärkt danach. Da kann es nicht schaden, dieses Buch zu lesen. Ganz viele aktuelle Beispiele mit viel Bildmaterial. Sehr gut! (Coach im Netz)Handelt es sich hier tatsächlich um ein praktisches Handbuch für das Mitmachweb, wie es der Untertitel impliziert? Ein eindeutiges Ja nicht nur wegen der zahlreichen Best-Practice-Beispiele, sondern insbesondere auch wegen der Bad-Practice-Beispiele. Durch diese Gegenüberstellung wird anschaulich und nachvollziehbar erkennbar, welche typischen Gefahren im Social Web lauern, aber auch, welche großen Potenziale sich darin verbergen. Stärken des Buches sind die Vollständigkeit, die detaillierten Beschreibungen und einige hilfreiche Tipps aus dem Erfahrungsschatz der Autorin. (Wolters Kluwer Deutschland, Handbuch E-Learning)Wer einen guten Überblick sucht, der auch noch mit vielen Praxisbeispielen angereicht ist, ist mit diesem Buch gut beraten. (Marketingfish.de)Buchtipps! (iX - Magazin für professionelle Informationstechnik)Das Buch ist sowohl für Einsteiger als auch für Profis ein sehr hilfreiches Nachschlagewerk, das anregt, die eigenen Ideen sofort in die Praxis umzusetzen. Die Rechtstipps des Anwalts helfen zudem, rechtliche Fallstricke zu vermeiden. (Online Marketing Experts)Da die Autorin oft mit Bildern und Screenshots arbeitet, ist es gut verständlich und der Leser wird nicht vom Text erschlagen. Das Buch glänzt vor allem durch die Verbindung der strategischen Aufbereitung des Themas PR und soziale Medien sowie durch die praktische Anwendungsdarstellung für verschiedene Branchen und Zielgruppe. (mediavalley.de)KurzbeschreibungNutzen Sie das Potenzial von Facebook, Twitter Co.! Stellen Sie sich der Herausforderung einer modernen, dialogorientierten PR-Strategie. Anhand von zahlreichen Praxisbeispielen aus unterschiedlichen Branchen lernen Sie, soziale Medien systematisch einzusetzen. So wird Ihre digitale PR- und Öffentlichkeitsarbeit zum Erfolg. Unsere Autorin erklärt Ihnen Social-Media-Kampagnen von der Idee bis zur Realisierung, inkl. Verbandskommunikation, Sozial- und Kulturmarketing, Eventpromotion, Employer Branding, Produktvermarktung sowie Service, Support und Imagegestaltung. Aus dem Inhalt: Herausforderung Social Web Von der Idee zur erfolgreichen Kampagne Imagegestaltung neu denken Produkte vermarkten, optimieren, finanzieren Verbände präsentieren, für Themen sensibilisieren Soziale Missionen im Social Web Kulturmarketing zeitgemäß gestalten Events modern promoten Die Arbeitgebermarke stärken, Mitarbeiter binden Erfolge sicherstellen Die Zukunft der PR-Arbeit im Social Web Galileo Press heit jetzt Rheinwerk Verlag.