

[Read and download] Verkaufsweg Social Commerce - Blogs, Podcasts, Communities Co. - Wie man mit Web 2.0 Marketing Geld verdient

Verkaufsweg Social Commerce - Blogs, Podcasts, Communities Co. - Wie man mit Web 2.0 Marketing Geld verdient

Von Frank Mhlenbeck, Klemens Skibicki
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrank: #1099527 in BcherVerffentlicht am: 2007-12-03Abmessungen: 8.27 x .64b x 5.83l, .82 Pfund Einband: Taschenbuch284 Seiten | File size: 60.Mb

Von Frank Mhlenbeck, Klemens Skibicki : Verkaufsweg Social Commerce - Blogs, Podcasts, Communities Co. - Wie man mit Web 2.0 Marketing Geld verdient before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Verkaufsweg Social Commerce - Blogs, Podcasts, Communities Co. - Wie man mit Web 2.0 Marketing Geld verdient:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Jemand

der sich auskennt Von Luigi Frank Mhlenbeck versteht es mit einer angenehmen und lockeren Schreibweise Informationen zu vermitteln. Vor allem merkt man, dass Sie etwas vom Thema versteht und selbst soziale Medien tagtglich nutzt. Nicht wie so manch andere Autoren zu diesem Thema die versuchen mit Halbwissen zu brillieren. 6 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Noch besser als das erste Buch! Von Andreas Czieslik Nachdem ich mich durch das erste Buch der beiden Autoren "Community Marketing Management" auf den aktuellen Stand in Sachen Community Building gebracht habe, geht das hier vorliegende Buch einige Schritte weiter. Neben einem Grundlagenteil ber Web 2.0 Instrumente erklrt es anschlieend, wie man diese Instrumente kombiniert, um konkrete Einnahmen zu erzielen. Neben Beispielen aus der Praxis werden auch zuknftig mgliche Szenarien dargestellt. Darber hinaus klrt Verkaufsweg Social Commerce" in einem anderen Abschnitt auf, welche globalen Folgen Web 2.0 fr Unternehmen haben wird - dieses Buch ist bereits jetzt der Klassiker fr Web 2.0 und Social Commerce! 4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Vlliges Neuverstndnis fr den Verkauf ber Internet Von M. Wies Nachdem ich einige Bcher aus dem klassischen Verkaufsbereich konsumiert habe, habe ich mit diesem Buch vllig neuartige Denkanstze kennen gelernt. Verkaufen funktioniert ber das Internet nicht mehr so wie bisher, Online-Shops im klassischen Sinne werden aussterben. Meine Kunden werden zu meinen besten Verkuffern, wenn ich ihnen die richtigen Tools an die Hand gebe. Ein wirklich interessanter Einblick in eine neue Welt fr den Verkauf, kann ich weiterempfehlen.

Kurzbeschreibung Blogs, Podcasting und Communities sind durch die spektakulren Bernahmen von YouTube, MySpace oder StudiVZ unter dem Schlagwort Web 2.0 bekannt geworden. Diese nchste Entwicklungsstufe des Internets erobert als soziales Netz die Welt des Marketing und des Verkaufs - E-Commerce und Real Commerce wachsen zusammen zum Social Commerce und revolutionieren ganz nebenbei die klassischen Marketingbeziehungen. Der Kunde wird tatschlich Knig, weil er durch Social Software die Macht dazu hat - Unternehmen, die dieses Marketing 2.0 begreifen und umsetzen, werden enorme Vorteile realisieren, whrend die anderen im Wettbewerb nicht bestehen knnen. Fr Betreiber von Internet Plattformen - vom Online-Shop bis zur Community - stellt das Buch dar, welche Mglichkeiten derzeit und in naher Zukunft existieren, um mit der eigenen Plattform Einnahmen zu generieren. Marketing Manager und Entscheider erfahren, was sich hinter dem Phnomen Web 2.0 verbirgt und welche Umstrukturierung der Unternehmensstrategie und -organisation damit verbunden sind. Anhand von Beispielen zeigen die Autoren, wie Unternehmen mit der Einbindung von Web 2.0 und Social Commerce ihre Verkaufserlse erhhen knnen und Kosten einsparen. Das vorliegende Buch basiert auf Erkenntnissen aus der jngsten wissenschaftlichen Forschung und der praktischen Erfahrung der Autoren als Berater fr und Betreiber von Web 2.0 Projekten. Autorenkommentar Mit unserem ersten Buch "Community Marketing Management" haben wir einen Leitfaden erstellt, wie man eigene Communities aufbauen kann. Das hier vorliegende zweite Buch "Verkaufsweg Social Commerce" geht einen Schritt weiter und zeigt, wie man mit Communities und anderen Web 2.0 Plattformen Geld verdient. ber den Autor und weitere Mitwirkende Frank Mhlenbeck ist freier Journalist und Berater. Er grndete nach seinem Betriebswirtschaftsstudium an der Universitt zu Kln Unternehmen in Deutschland und Spanien und bert langjhrig seine Kunden in Internet Management Strategien. In den letzten Jahren war er mageblich bei dem Aufbau von Communities im Tourismus-, Event- und ffentlichen Sektor beteiligt. Prof. Dr. Klemens Skibicki lehrt an der europischen Fachhochschule Rhein/Erft und der Cologne Business School Marketing, Marktforschung und Business Operations. Web 2.0 Marketing stellt einen seiner Forschungs-Schwerpunkte dar, zudem ist er als Unternehmensberater ttig. Skibicki und Mhlenbeck beraten Unternehmen in Web 2.0- und Community Strategien.