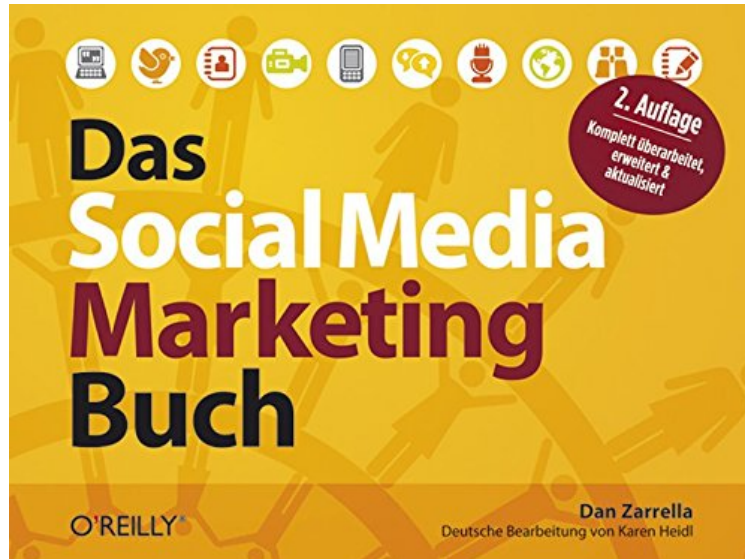


[Download] Das Social Media-Marketing Buch

Das Social Media-Marketing Buch

Von Dan Zarrella

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #231293 in BcherVerffentlicht am: 2012-03-01 Abmessungen: 8.15 x .79b x 6.06l, Einband: Taschenbuch 256 Seiten | File size: 15.Mb

Von Dan Zarrella : Das Social Media-Marketing Buch before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Das Social Media-Marketing Buch:

Kundenrezensionen Hilfreichste Kundenrezensionen 2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nichts für Digital Natives Von Julia Der Titel meiner Rezension sagt eigentlich schon alles: wer einen Facebook-Account und schon mal einen Blog gesehen und hat und die Worte "Instagramm" und "Twitter" dem WWW zuordnen kann, wird in diesem Buch nicht viel Neues erfahren. Wahr wirklich etwas enttäuscht. Sehr viel Allgemeines.

Schade! Nichtsdestotrotz: die Anstze eines Lehrbuchs sind ganz nett und strukturieren das Buch auf eine angenehme Art und Weise. 4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Knapp und präzise formuliert. Tolles Layout Von Martin Um es vorweg zu sagen: Das Social Media Marketing Buch vom Blogexperten Dan Zarrella ist ein uerst gelungener Einstieg in die Materie. Hier wird die unübersichtliche Social-Media-Landschaft in seine wichtigsten Komponenten zerlegt: - Bloggen - Microblogging (Twitter) - Social Networks (Facebook) - MediaSharing (Flickr, Youtube) - Social Bookmarking (Mister Wong, Digg) - Verbraucherportale (Qype) - Foren Es werden jeweils schn die Gemeinsamkeiten der einzelnen Webseiten beschrieben, bevor spezifisch auf die einzelnen Portale/ Dienste eingegangen wird. Besonders angenehm fand ich, dass auf fast jeder Doppelseite ein Screenshot war - das erspart das parallele Surfen im Netz. Ich konnte so das gesamte Buch entspannt offline lesen. Abgerundet wird das Buch durch eine interessante Einleitung und jeweils ein Kapitel über die Strategien für den Social Media Auftritt sowie zur Erfolgskontrolle. Die abschließende Bewertung kann nur anhand der Zielgruppen erfolgen. Wer sich überhaupt nicht mit Social Media auskennt für den ist das Buch ein perfekter Einstieg. Auch für Fortgeschrittene gibt es hilfreiche Denkanstze und Tipps. Für Experten die wirklich eine Social-Media Kampagne planen müssen, reicht dieses Buch allerdings allein nicht aus. Es fehlen Informationen und Beispiele zur Planung, Durchführung und Steuerung von Social-Media Kampagnen. Hinweis: Der Verlag hat jeweils noch ein spezielles Facebook und Twitter-Buch im Angebot. 3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute kompakte Übersicht Von Sarah_Z Das Buch enthält alle wichtigen Bausteine, die man für Social Media Marketing benötigt. Zu den einzelnen Themen wird kurz der geschichtliche

Hintergrund angerissen bevor die einzelnen Tools bzw Plattformen erlutert werden. Besonders gut finde ich die ganzen Praxisbeispiele und die Grafiken dazu. Auerdem werden am Ende jedes Kapitels die wichtigsten Tipps auf einen Blick nochmal zusammengefasst. Das Buch listet relevante Websites zu jedem Kapitel auf, die einem bei der Umsetzung der Kampagne helfen bzw das Monitoring ermoglichen. Mir hat das Buch weitergeholfen und es liegt immer in greifbarer Nhe, falls noch Fragen aufkommen.

textico.deUp to speed im Nullkommanix: Das Social Media Marketing Buch ist der kleine social Marketing-Espresso unter den Bchern und liefert auf einen schnellen Blick alle ntigen, grundlegenden und einsetzbaren Infos zu den social Marketingtools wie Twitter, Qype, Facebook und Blogs. Dan Zarrella Schnellreferenz sollte eigentlich auf jedem Schreibtisch der neuen Marketinggeneration liegen und richtet sich sowohl an groe Unternehmen als auch an kleine Lden, Marken und Privatpersonen, die sich selbst vermarkten wollen. Kurzer Einstieg, Begriffs- und Zieldefinition und dann geht es los: Twitter und Microblogging, social Networking (Facebook, VZ, Lokalisten, Xing ...) und Mediasharing-Sites wie YouTube, Flickr und Slideshare, social news und Bookmarking (Digg, StumbleUpon, Mr. Wong ?) Verbraucherportale wie Qype und Foren. Zusammenfassend dann auf kurzen 20 Seiten Strategien fr Ihren Social Media-Auftritt und eine Erfolgskontrolle. Social Media mit allem Drumherum ist ein wichtiges Thema in den Bros - nicht umsonst sind Social Media Marketing: Strategien fr Twitter, Facebook Co mit Das Facebook-Buch und Das Twitter-Buch viel gefragte Bestseller - as Social Media Marketing Buch ist schnell und auf dem Punkt; wer keine Ahnung von Facebook und Twitter hat und trotzdem wissen muss, wie es geht, wird Dan Zarrella den Rest seiner Karriere danken! --Wolfgang Tre/textico.dePressestimmenMedia-affin ist, [...] der findet in diesem Bchlein die optimale Untersttzung." - seminarSPIEGEL, Dezember 2011 "Die markanten querformatigen Bnde aus dem O'Reilly Verlag bieten Lesern schnelle Orientierung in Fragen rund um Soziale Medien. So auch der neue Ratgeber des Amerikaners Dan Zarrella, der auf rund 250 Seiten Grundverstndnis fr die Marketing-Mechanismen vermittelt, die Facebook, YouTube co. bieten. Dank der Bearbeitung von Karen Heidl finden auch im deutschsprachigen Internet populre Plattformen Beachtung." - Mac Easy, 6/2011 "Ideal fr alle, die schnell einen berblick gewinnen und dabei von den Erfahrungen eines Social Media-Experten profitieren mchten." - liesmalwieder.de, Februar 2011 "Das im sympathischen Querformat daherkommende Taschenbuch bietet verunsicherten Anfngern eine fundierte Einstiegshilfe. Gerade kleinere Unternehmen mit geringem Marketingbudget knnen sich anhand des gut strukturierten Inhalts eine eigene Strategie fr ihr Social Media Marketing erarbeiten. Zusammenfassend ntzliche Tipps zu den verschiedenen Plattformen finden sich leicht auffindbar am Ende jeden Kapitels." - kadekmedien.com, Juli 2011 "Marketing-Mitarbeiter und Entscheidern, die sich gerne mehr mit den neuen Mglichkeiten des Medium Internets beschftigen mchten, sei dieses Buch auf jeden Fall ans Herz gelegt." - trend-blogger.de, Juli 2011 Kurzbeschreibung Unternehmen, Agenturen und Freiberufler strmen in soziale Netzwerke wie Facebook und entdecken die vielen anderen Mglichkeiten im Social Web. Doch aller Anfang ist schwer: Wer noch nicht Social Media-affin ist und das sind nach wie vor so einige , muss sich zunchst einmal einen berblick ber diese noch junge Medienlandschaft verschaffen. Wem es so geht, der findet in diesem Bchlein optimale Untersttzung. Kompakt, przise und gut verstndlich fhrt Dan Zarrella in die vielseitigen sozialen Mediengattungen ein. Die deutsche Ausgabe prsentiert zustzlich deutsche Dienste wie XING und Qype sowie Fallbeispiele aus dem deutschsprachigen Raum. Fr die 2. Auflage wurde das Buch komplett bearbeitet und aktualisiert. Aus dem Inhalt: * Was ist Social Media Marketing? * Bloggen * Twitter und Microblogging * Soziale Netzwerke * Mediasharing * Social News, Bookmarking und Curation * Social Location Sharing * Verbraucherportale * Foren * Strategien fr Ihren Social Media-Auftritt * Erfolgskontrolle