

# Inhalt

Vorwort.....	8
Einleitung.....	9
<b>1 Social Media</b>	
Web 2.0 oder Social Media? .....	13
Social Media Guidelines.....	16
Verändertes Konsumentenverhalten .....	20
Konsequenzen für die PR.....	25
<b>2 Anwendungen und Chancen für die PR</b>	
Vernetzung für jedermann.....	31
Weblogs.....	33
Audio- und Video-Podcast.....	47
Really Simple Marketing: RSS .....	60
Social Networking.....	64
Social Bookmarking.....	74
Virtuelle Welten .....	80
Wikis .....	83
Google+ .....	88
Pinterest.....	89
Social Commerce .....	91
<b>3 Twitter: Wirkungsvolles Gezwitscher</b>	
Warum Twitter wichtig ist.....	97
Die ersten Schritte .....	99
Tweets in andere Seiten integrieren .....	103
Twitter und TV .....	105
Freunde finden und die Region entdecken .....	106

## **4 Facebook: Kontakte, Kontakte, Kontakte**

Freundschaften knüpfen und pflegen.....	107
Positionierung über Fanpages.....	110
Auffallen im Facebook-Universum.....	111

## **5 Multiplikatoren**

Finden der Meinungsmacher.....	118
Einordnung der Relevanz.....	120
Monitoring.....	122
Kontaktaufbau und Reputationsmanagement.....	123

## **6 Evaluation**

Wissen einsammeln.....	126
Rückfragen.....	128
Dialoge führen.....	129

## **7 Issue Management**

Einsatzbereiche.....	132
Maßnahmen.....	135
Bedeutung für die PR.....	139

## **8 Interne Kommunikation**

Der Change-Prozess.....	143
Basisaufgaben.....	145
Fürsprecher motivieren.....	148
Corporate Blogging im Intranet.....	150

## 9 Pressearbeit 2.0

Journalismus und das Internet.....	154
Multimedia-Pressemitteilung.....	157
Versand via RSS.....	159
Verteiler aufbauen.....	162

## 10 Umsetzung

Bedarfsanalyse.....	164
Ziel- und Zielgruppenbestimmung.....	168
Das wünscht sich Ihre Zielgruppe.....	174
Überzeugungsarbeit.....	179
Ideen finden.....	180
Marketing.....	183
Virale Kampagnen.....	188
Umgangsformen im Web.....	190
Rechtliche Aspekte.....	192
Erfolgsfaktoren der Kommunikation.....	195
Praxisbeispiel: Die Geschichte eines Mode-Blogs.....	202

## 11 Empfehlungsmarketing

Multiplikatoren finden und motivieren.....	203
Glaubwürdigkeit.....	204
Involvement.....	206
Erfolgsmessung.....	208
Das Internet der Zukunft.....	210
Glossar.....	213
Literatur und Links.....	223
Index.....	227