

Presseinformation

So führen Sie Corporate Social Media zum Erfolg

- **Neues Buch: „Vordenker in der Social-Media-Kommunikation“ geben Einblick in ihre Erfolgsrezepte**

61% deutscher Unternehmen fehlt Strategie für erfolgreichen Social-Media-Einsatz – neues Buch schafft Abhilfe.

Hamburg, den 08. Dezember 2014 – 84 Prozent der Unternehmen in Deutschland sind in sozialen Netzen aktiv – aber nur 39 Prozent verfügen tatsächlich über eine ausgereifte Social-Media-Strategie. Obwohl die Sozialen Medien inzwischen fest in unserer Lebenswelt verankert sind, stecken die hiesigen Unternehmen in Sachen Web 2.0 überwiegend immer noch in einer frühen Experimentierphase fest. Die Fragen „Was sind unsere Ziele für Social Media, und wie können wir sie am besten erreichen?“ bleiben in den meisten Firmen noch unbeantwortet. Hilfestellung bietet jetzt das neue Buch „Vordenker in der Social-Media-Kommunikation. Die 10 entscheidenden Erfolgsfaktoren in sozialen Netzwerken“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

10 Erfolgsfaktoren für Social-Media-Kommunikation

Das Buch hat zwei Schwerpunkte: Die Autoren Dr. Roland Heintze und Jörg Forthmann haben zunächst zahlreiche Studien zum Thema Corporate Social Media analysiert und aus dem aktuellen Stand der Forschung zehn entscheidende Erfolgsfaktoren für die professionelle Social-Media-Kommunikation abgeleitet.

Ausgezeichnete Praxis-Beispiele der „Vordenker“.

Den zweiten Schwerpunkt bilden ausgezeichnete Praxis-Beispiele aus der deutschen Wirtschaft. 30.000 PR-Fach- und Führungskräfte haben in einer Online-Abstimmung die fünf besten deutschen Corporate-Social-Media-Projekte gewählt. Gewonnen haben Blogs von Daimler und Otto (“Two for Fashion“), der Youtube-Channel „Meine Wissenswelt“ des Drogerie-Discounters Rossmann, sowie der Social-Media-Hub des 1. FC Köln und das Employer-Branding im Social Web der Krones AG.

Diese „Vordenker“ präsentieren im Buch die Erfolgsrezepte für ihre ausgezeichneten Corporate Social Media Projekte – „Best Practices“, von denen sich andere Social Media Manager eine Scheibe abschneiden können.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

Titelbild



Über das Buch

„Vordenker in der Social-Media-Kommunikation. Die 10 entscheidenden Erfolgsfaktoren in sozialen Netzwerken“ von Dr. Roland Heintze und Jörg Forthmann ist im November 2014 im Verlag BoD – Books on Demand, Norderstedt erschienen und unter anderem bei Amazon unter www.amazon.de/Vordenker-Social-Media-Kommunikation-entscheidenden-Erfolgsfaktoren-Netzwerken/dp/3734735041/ für 49,- Euro erhältlich.

Blogs der Autoren

Mehr von den Autoren finden interessierte Leser in den Faktenkontor-Blogs www.faktzweinull.de über Corporate Social Media, www.mediengau.de zu Krisenkommunikation sowie ab dem 9. Dezember 2014 unter www.reputationsprofis.de.

Faktenkontor: Berater für Unternehmens- und Vertriebskom- munikation

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC). Weitere Informationen: www.faktenkontor.de

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de