

[Free and download] Kommunikation im Web 2.0 (Praxis PR)

Kommunikation im Web 2.0 (Praxis PR)

Von Melanie Huber

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1763684 in BcherVerffentlicht am: 2008-02-01Abmessungen: 8.31 x .59b x 5.87l, Einband: Broschiert226 Seiten | File size: 68.Mb

Von Melanie Huber : Kommunikation im Web 2.0 (Praxis PR) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Kommunikation im Web 2.0 (Praxis PR):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Zu oberflächlich und banal, wenn dann nur als Einsteigerbuch geeignetVon RomPoltDem Buch fehlt es meiner Ansicht nach an vielen Stelle an Tiefgang. Zu viele banale Allgemeinpltzte zerstreuen den bersichtlich aussehenden Gesamteindruck. Aussagen wie z.B. "Tatsachen zu verdrehen oder gar zu lgen fhrt nur selten zum Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung" sollten einem doch wohl auch ohne Bcherkauf gelufig sein. Angesichts des hohen Preises erhebt das Buch den Anspruch fr Fortgeschrittene konzipiert zu sein. Dies erfllt es meiner Meinung nach nicht. Fr

Anfänger mit Ambitionen könnte es geeignet sein, diesem Personenkreis stehen aber preiswertere und ebenso umfassende Einstiegsbücher zur Verfügung. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nutzerbestimmtes Internet Von M. Lehmann-Pape Nicht nur die täglich sich potenzial vergrößernde Informationsmenge macht das Internet aus, nicht nur die sekundenschnelle Verfügung über zumindest eine Vielzahl von Recherchen und Antworten auf entsprechende Fragen macht das Internet zu einem, mittlerweile, fast unverzichtbaren Arbeitsmittel für eine Vielzahl von Tätigkeiten, vor allem die Kommunikation im Web hat sich in den letzten Jahren explosionsartig vermehrt. Eine Kommunikation, die in vielfachen und differenzierten Formen im Internet ihre Ort findet. Das Schlagwort "Web 2.0" ist das gängige Synonym für diese Art der sich, immer noch weiter, entwickelnden Kommunikationsform, die Einfluss nimmt auf breite Teile einerseits der Gesellschaft und andererseits des wirtschaftlichen Denkens, gerade im Blick auf Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Dies verdeutlicht sich unter anderem auch im Bereich dessen, was hier gerade passiert. Rezensionen, Beschreibungen, Kundenbewertungen sind in millionenfacher Zahl Teil der Kommunikation im Netz, eine Entwicklung, die noch vor wenigen Jahren undenkbar gewesen wäre, die aber durchaus ihre Einflüsse nun genommen hat. Die überwiegende Zahl von Verlagen, Herstellern, Anbietern von Dienstleistungen beginnt, die geballte Zahl der Internetnutzer einerseits zu unterstützen und andererseits für das eigene Marketing und die eigene Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen. Hunderte von Rezensionsportalen, Foren, Blogs bieten mittlerweile für fast jedes Produkt Meinungen, Tests und Bewertungen an. Gut, dass mit Melanie Huber nun eine Praktikerin der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in zweiter, bearbeiteter Auflage auf gut 230 Seiten einen genauen und, vor allem, differenzierten Einblick in die Kommunikationsstrukturen, ihre Voraussetzungen, ihre Nutzung und ihre Folgen, des Internet gibt. Huber ermuntert übrigens explizit Firmen, die Wirksamkeit der Maßnahmen von User Beteiligungen im Netz nicht zu unterschätzen und durchaus Budgets umzuschichten. Statt teuren Marketings die Kommunikationsstrukturen des Internet zu nutzen und durch solche Maßnahmen auf Dauer gesehen eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Hilfreich strukturiert sie die Kommunikationsphasen im Web und bereitet den Umgang mit diesen und die Nutzung solcher professionell und leicht verständlich im Buch auf. Vom Finden der Zielgruppe über konkrete Recherche der Veröffentlichungen im Web zum Eintritt in einen Dialog und zur letztendlichen Definition zielorientierter Maßnahmen ergeben sich Arbeitsweisen auch für Unternehmen, die den Umgang mit dem Web 2.0 hilfreich gestalten. Immer wieder betont sie für den professionellen Bereich die Chance, aber auch die Notwendigkeit, die multiplikatoren Ressourcen der Internet Nutzer zu sehen und zu nutzen. So entsteht auch im Konkreten mit Blick auf Facebook, Twitter, Blogs und vielfach anderen Kommunikationen im Internet ein Plädoyer der modernen Kommunikation für Pressearbeit und Marketing. Um hier die Spreu vom Weizen trennen zu können und in der zigtausendfachen Zahl von Plattformen und kleinen bis kleinsten Seiten jene heraus zu filtern, die für das eigene Ziel hilfreich sein können, empfiehlt es sich, das hervorragende Kapitel über Multiplikatoren einerseits und das etwas theoretischere, aber ebenso hilfreiche Kapitel über eine Umsetzungsstrategie gründlich zu erarbeiten. Zielgerichtet, aus der Praxis heraus, in absolut flüssiger und verständlicher Sprache mit vielfachen praktischen Beispielen bietet Melanie Huber in ihrem Buch alles notwendige an Material, um sich in der Verflechtung der Kommunikationsstrukturen des Web 2.0 bestens zurecht zu finden und dort, wo es sinnvoll erscheint, diese Strukturen für die eigenen Ziele und Mitteilungen bestmöglich zu nutzen. 1 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein lesenswertes Buch für alle PR-Experten! Von Marketing Profi Melanie Huber beschreibt in ihrem Buch, wie Web 2.0 die Kommunikation verändert. Sie zeigt auf, welches Potenzial Public Relations entwickeln kann. Die Instrumente werden thematisiert wie: Blogs, Podcasts, RSS und Wikis. Sie holt auch andere Experten mit ins Boot, wie den Blogger Klaus Eck. Dieses Buch hilft, Trends, Chancen und Risiken im Überblick zu erkennen. Praxisbeispiele zeigen Möglichkeiten auf, Botschaften und Produkte zu platzieren. Sie gibt viele Anleitungen, um den eigenen Kommunikationsweg zu finden. Es wird klar, welche Ergebnisse mit Public Relations 2.0 erzielt werden. Ein lesenswertes Buch für alle PR-Praktiker!

Pressestimmen Dieses Buch bietet eine hervorragende Einführung zu dieser Thematik. (kulturbuchtipps.de, 4.2.2011) Wer nicht der Meinung ist, dass Web 2.0 die Kommunikationswelt verändert, für den ist dieses Buch eine Offenbarung. Wer das schon wusste, dem bietet sich ein reichhaltiger Erfahrungsschatz, der professionell und spannend aufbereitet ist. ((Fundraiser Magazin, 3/2009)) Das Fachbuch mit dem Titel Kommunikation im Web 2.0 sei allen Interessierten als Pflichtlektüre empfohlen. ((RDATrends, 5/2008)) Kurzbeschreibung Wie hat das Web 2.0 die Kommunikation von Unternehmen, Pressestellen und Agenturen verändert und welche Potenziale für die Public Relations stecken in Weblogs, Podcasts, RSS, Wikis oder Second Life? Durch einige negative Berichte über Falschdarstellungen oder unternehmenskritische Blogger wurden teilweise Ängste geschürt. Konzentrieren wir uns lieber auf klassische Maßnahmen oder schreiben doch eh nur, was sie wollen, sind Überlegungen, die regelmäßig in Zusammenhang mit dem Web 2.0 fallen. Dieses Buch hingegen soll helfen, die Chancen der neuen Kommunikationswege im Internet zu erkennen. Neben den einzelnen Anwendungen, die in den zurückliegenden Monaten aufgetaucht sind, werden Trends und Möglichkeiten aufgezeigt, Botschaften zu platzieren und zugleich die eigenen Produkte oder Dienstleistungen zu optimieren. Dabei geht es nicht darum, sich voll und ganz auf alle Online-

Tools zu strzen, die gerade in sind, sondern eine Anleitung zu bieten, gezielt den Kommunikationsweg zu finden, der fr das Unternehmen oder die Pressestelle den grten Erfolg und den geringsten Aufwand bedeutet. Angereichert durch Checklisten und konkrete Fallbeispiele wird schnell klar, wann beispielsweise eine Pressekonferenz in Second Life Sinn macht, welche Kosten damit verbunden sind und welche Ergebnisse erzielt werden knnen.ber den Autor und weitere MitwirkendeMelanie Huber (geb. Ruprecht) beschftigt sich seit mehr als zehn Jahren mit den Entwicklungen des Internets. Von 2001 bis 2006 leitete sie die Online-Redaktion der Zeit und fhrte dort bereits sehr frh Weblogs und Podcasts ein. Seit 2006 leitet sie die Kommunikationsagentur Kilroy PR in Kronberg. Weblog der Autorin: <http://www.kilroy-pr.de/blog/>