

[Download] Kunden gewinnen und binden mit Online-Communitys: So profitieren Sie von Foren, Chats, Newsgroups und Newslettern

## **Kunden gewinnen und binden mit Online-Communitys: So profitieren Sie von Foren, Chats, Newsgroups und Newslettern**

Von *Nina Pawlowitz*  
*ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook*



Produktinformation -Verkaufsrang: #2879495 in BcherVerffentlicht am: 2001-03-19Einband: Gebundene  
Ausgabe232 Seiten | File size: 28.Mb

**Von Nina Pawlowitz : Kunden gewinnen und binden mit Online-Communitys: So profitieren Sie von Foren, Chats, Newsgroups und Newslettern** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Kunden gewinnen und binden mit Online-Communitys: So profitieren Sie von Foren, Chats, Newsgroups und Newslettern:

Kundenrezensionen  
Hilfreichste Kundenrezensionen  
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Für den Einstieg gut  
Von mi4580 Habe das Buch für meine Abschlussarbeit in Marketing genutzt. Für den Einstieg in die Thematik hat es mir sehr geholfen, da es auch übersichtlich geschrieben ist. Leider ist es schon "etwas" älter, so dass neuere Entwicklungen in dem Bereich Internet Community fehlen. Wird Zeit für eine Neuauflage, falls es sie noch nicht gibt. Daher nur 4 Punkte.  
5 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Businessliteratur - fachlich - redundant  
Von opprjbcj Dieses Buch ist ein typischer Ratgeber für alle, die eine Online Community aufbauen wollen und damit Geld verdienen müssen. Es ist aus der wirtschaftlichen Perspektive geschrieben. Wer wissen will, was sozial in kommerziellen Communities abläuft findet hier keine Antwort. Der Suche woanders, z.B. bei Steven G. Jones oder auch eingeschränkt bei Howard Rheingold. Die Frage ist, ob es Sinn macht Online Communities nur aus der ROI Perspektive zu sehen, denn immerhin ist dies eine soziale Einrichtung, die viel Pflege und Menschlichkeit braucht. Wer eine Community ohne einen Soziologen und nur mit BWLern aufbauen will, ist meiner Meinung nach auf dem Holzweg. Aber es ist ja auch nur meine ganz persönliche Meinung. Wann schreibt endlich jemand ein soziologisches Buch über kommerzielle Online Communities??

Pressestimmen  
21.03.2001 / Süddeutsche Zeitung: Treffpunkt für Surfer "Das erste deutschsprachige Buch zum Thema Online-Communitys beeindruckt mit praktischen Tipps und Tricks."  
01.06.2001 / Markt und Mittelstand: Online-Communitys "Ein Basiswerk für alle, die bei Marketing und Kundenbindung im World Wide Web neue Wege gehen wollen."  
Kurzbeschreibung  
Nina Pawlowitz legt dar, wie Sie eine Online-Community in Ihre Internet-Marketingstrategie integrieren können, was beim Aufbau einer Online-Community zu beachten ist und wie Sie mit ihr Geld verdienen. Darüber hinaus lernen Sie die Erfahrungen erfolgreicher Online-Communitys kennen: - Metropolis.de - eCircle.de - Jobpilot.de  
Online-Communitys, Foren, Chats, Newsgroups und Newsletters, können als Geschäftsmodell eine wichtige Rolle im Internet-Marketing und in der Geschäftsstrategie jeder Firma spielen. Am Beispiel zahlreicher Unternehmen erfahren Sie, wie aus Community-Mitgliedern Kunden werden. Der Verlag über das Buch  
Das Erfolgsrezept für eine optimale Kundenbindung Online-Communitys sind ein interessantes Geschäftsmodell für das E-Business geworden. Zahlreiche große Unternehmen werden virtuelle Gemeinschaften in ihre Internet-Marketingstrategie integrieren, und etliche Unternehmen der New Economy haben die Online-Community als eigene Geschäftsidee für sich entdeckt. Eine Managementberaterin hat jetzt das Buch zum Thema veröffentlicht. Online-Communitys sind die Strategie für erfolgreiches Internet-Marketing. Doch was genau sind Online-Communitys? Welche Bedeutung haben Online-Communitys für das Marketing? Wie läuft der Betrieb einer Online-Community ab? Wie ist der Return-On-Investment zu schaffen? Nina Pawlowitz zeigt in ihrem sehr praxisnah geschriebenen Buch, wie Online-Communitys für Imagebildung, Kundenbindung und After-Sales-Service genutzt werden können, welche Typen von Online-Communitys es gibt, was beim Aufbau und beim Betrieb einer Online-Community zu beachten ist und wie aus Community-Mitgliedern Kunden werden. Darüber hinaus stellt sie Fallbeispiele von führenden deutschsprachigen Online-Communitys vor. Checklisten und Abbildungen erleichtern das Verständnis und helfen, den Inhalt in die eigene Praxis umzusetzen. Die Autorin Nina Pawlowitz lebt als Managementberaterin und Autorin in München. Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Verknüpfung von Marketing- und Vertriebsstrategien mit den Möglichkeiten von Internet und E-Commerce, speziell in den Bereichen Strategie und Konzeption