

Social Media Vertriebscode – GEKNACKT!

Was Unternehmen von Facebook & Co. lernen sollten

Bearbeitet von
Martin Sänger

1 2014. Taschenbuch. 144 S. Paperback

ISBN 978 3 907100 93 6

Format (B x L): 12 x 18 cm

[Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften: Sachbuch und Ratgeberliteratur](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Alles Social Media – oder ?	8
2	Erfolgreich - aber warum?	20
3	Unbequeme Wahrheiten – On- und Offline	30
4	Die sieben Grundmotive der Nutzer	38
5	Ich poste meinen Kaffee	42
6	Dem sag ich's – oder besser nicht?	52
7	Gut gemacht. Respekt!	60
8	Jetzt aber mit Airbag	70
9	Ich bin dabei – Du auch?	78
10	Unterhaltung	86
11	Neugier	92
12	Wie gehe ich das an?	102
13	Welches Medium ist das Richtige?	114
14	Offline-Power Tipps	120