

Buchtipps

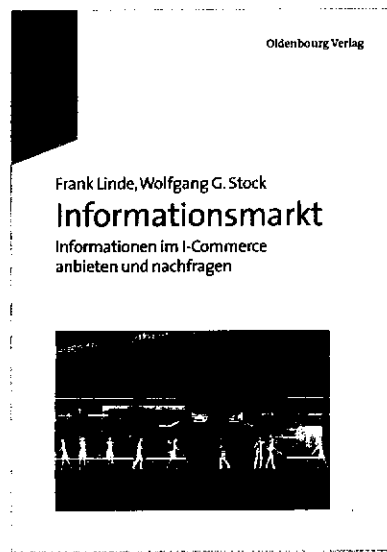
Thomas R. Köhler
Social-Media-Management



Köhler geht in seinem Buch eher auf die möglichen negativen Konsequenzen des Social Media Hype ein. So berichtet er von Produktivitätsverlusten durch die Nutzung von Social Networks am Arbeitsplatz oder der Gefahr von Falschaussagen auf Bewertungsportalen durch Konkurrenten oder eigene Kunden. Als Hilfestellung für diese Probleme bietet Köhler eine Sammlung von rund 60 Social Media Guidelines bekannter Unternehmen an. Der Leser erfährt, wie etwa Microsoft, Wal-Mart und die Deutsche Post DHL mit der Internetnutzung ihrer Mitarbeiter verfahren. Übergreifende Bewertungskriterien für die unverändert abgedruckten Guidelines in Deutsch und Englisch liefert Köhler jedoch nicht. Die Lektüre gilt nicht als Einführung in die Thematik der Social Media, versteht sich aber auch nicht als solche, sondern richtet sich als Teil der CIO-Reihe an Entscheider und Führungspersonen. Das Buch eignet sich gut als Nachschlagewerk zu Social Media Guidelines oder als Grundlage bei der Erstellung einer eigenen Guideline.

EUR 39,90 / ISBN 978-3942922-02-9
IDG Business Media, 256 Seiten

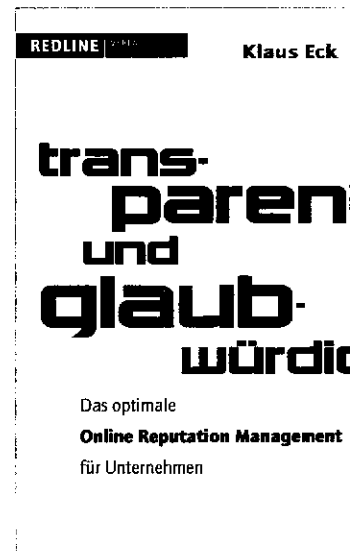
Frank Linde, Wolfgang G. Stock
Informationsmarkt



Vielen Unternehmen erscheint der Informationsmarkt undurchschaubar. Zahlreiche Ratgeber und Kongresse sind bestrebt, Unternehmen aufzuklären und Handlungsvorschläge zu unterbreiten. Somit herrschen vor allem im Bereich Social Media noch große Unsicherheiten seitens der Unternehmen. Wenn man das Buch der beiden Wissenschaftler in der Hand hält, fällt dem Leser jedoch schnell auf, dass viele dieser Fragen längst durch wissenschaftliche Forschung und die Grundregeln der Informationswissenschaft beantwortet wurden. Freilich ist das wissenschaftliche Werk mit über 500 Seiten keine Lektüre für zwischendurch. Das Werk fasst jedoch die wesentlichsten Erkenntnisse, die die Wissenschaft in diesem Bereich hervorbringen konnte, mit einem Schlag zusammen. Somit ist das Buch ohne Zweifel eines der umfassendsten und aktuellsten Werke im Bereich der Informationswirtschaft. Wer dieses Werk liest, versteht nicht nur Social Media und Informationsgüter, sondern wird zum Experten für Information.

EUR 49,80 / ISBN 978-3486588-42-2
Oldenbourg, 605 Seiten

Klaus Eck
Transparent und Glaubwürdig



Wie kann ich meine Reputation mittels Social-Media-Aktivitäten verbessern, was sind meine wichtigsten Influencer und wie werden meine Mitarbeiter zu Markenbotschaftern? Mit diesen und anderen Fragen beschäftigt sich der Social-Media-Experte Klaus Eck. In klarer und verständlicher Sprache gewährt der Autor sowohl Einsteigern als auch Experten Einsicht in die neue Kommunikationskultur und ihre Auswirkungen auf Unternehmen und deren Mitarbeiter.

Tipps und Checklisten sollen dem Leser einen genauen Überblick darüber geben, wie innerhalb des Unternehmens mit der »neuen Transparenz« umgegangen werden sollte und welche Punkte besonders berücksichtigt werden müssen. Anhand von konkreten Praxisbeispielen wird verdeutlicht, was für eine wichtige Rolle Social Media in unserer heutigen Zeit für Unternehmen spielt und wie Facebook, Twitter und Co. gezielt für eine positive Reputation genutzt werden können.

EUR 24,95 / ISBN 978-3-868812-64-0
Redline Verlag, 363 Seiten