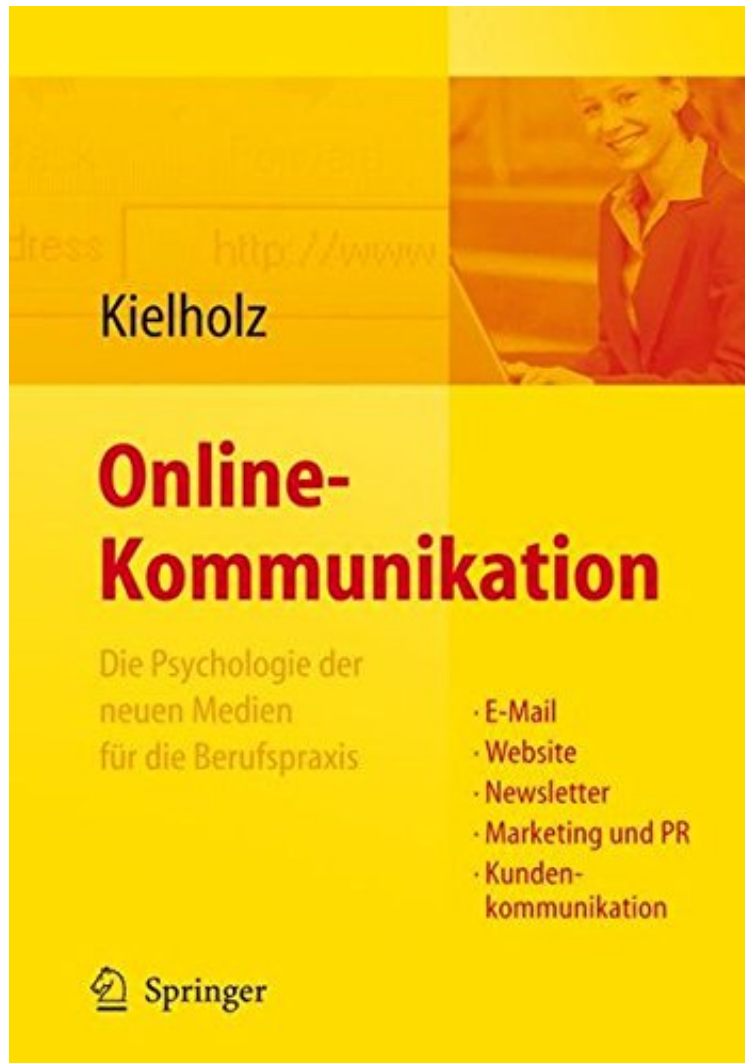


[Mobile ebook] Online-Kommunikation - Die Psychologie der neuen Medien fr die Berufspraxis: E-Mail, Website, Newsletter, Marketing, Kundenkommunikation

# Online-Kommunikation - Die Psychologie der neuen Medien fr die Berufspraxis: E-Mail, Website, Newsletter, Marketing, Kundenkommunikation

Von Annette Kielholz

DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrang: #810668 in BcherVerffentlicht am: 2008-05-15Abmessungen: 9.61 x .75b x 6.69l, .0 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe321 Seiten | File size: 40.Mb

Von Annette Kielholz : **Online-Kommunikation - Die Psychologie der neuen Medien fr die Berufspraxis: E-Mail, Website, Newsletter, Marketing, Kundenkommunikation** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Online-Kommunikation - Die Psychologie der neuen Medien fr die Berufspraxis: E-Mail, Website, Newsletter, Marketing, Kundenkommunikation:

Kundenrezensionen  
 Hilfreichste Kundenrezensionen  
 3 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Die Referenz in Sachen Online-Kommunikation  
 Von Overland  
 Dieses Buch ist für alle, die in einem professionellen Kontext mit Online-Kommunikation zu tun haben, eine wertvolle Hilfe, ihre Online-Dienste effizienter zu gestalten. Ich habe beruflich seit vielen Jahren mit Websites, Internet-Foren, Newsletters und anderen Online-Diensten zu tun und dachte immer, ausreichend Durchblick zu haben. Nach der Lektüre dieses Buches realisierte ich, dass ich mich irrte. Mir brachte dieses Buch eine Menge von Inputs. Wer lernbereit ist, dem bietet dieses Buch eine Goldgrube an Informationen und Inputs.  
 2 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein Muss für jeden und jede, die irgendwas mit Online-Kommunikation zu tun hat!  
 Von Alejandro Ortega  
 Um das Web als Kommunikationskanal zu verstehen und als Unternehmen sinnvoll nutzen zu können, muss man vorderhand erstmals den Menschen verstehen (dieser soll ja unser Angebot nutzen). Wir sind alles Menschen und anhand einfacher Beispiele wird erklärt wie wir zu funktionieren scheinen. Vieles in diesem Buch ist nicht neu, aber sehr plausibel und anwenderorientiert erklärt.  
 5 von 14 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Mittelmaß  
 Von Mark Anderson  
 Ein kurzer Einblick, was zumindest ich ganz interessant nett gefunden habe. In Summe ist das Buch mit 305 Seiten, meiner Meinung nach, viel zu lang. All das Wichtige Gute in dem Buch könnte auch leicht in 50 Seiten beschrieben werden. Auch der Begriff des DAU ist zu kritisieren. DAU = Dmmster anzunehmender User.  
 S.4 Das Internet ist ein soziales Medium  
 S.5 Durch Vereinfachung findet eine Partizipation der User statt. Internet Communities sind zu einem ernstzunehmenden 'Stakeholder' in der Unternehmenskommunikation geworden.  
 S.9 DAU Dmmster anzunehmender User  
 S.25 Die Digitalisierung bewirkt einen nie dagewesenen Multiplikatoreffekt.  
 S.33 Globale Zusammenarbeit erfordert neue Kompetenzen  
 Nach dem persönlichen Kontakt werden Medien erst effizient  
 S.77 Wettbewerb um die Aufmerksamkeit  
 S.188 Aufbau eines Newsletters  
 S.207 InText Werbung  
 S.222 Authentizität  
 S.229 Warum erhalten Blogs so viel öffentliche Aufmerksamkeit?  
 S.303 Das Internet und die 'reale' Welt werden sich immer mehr vermischen  
 S.304 (Online-)Kommunikation ist nicht bis ins Letzte kontrollierbar

Pressestimmen  
 "Das Buch ist auch für Fachfremde sehr gut lesbar, übersichtlich gegliedert und praxisnah durch Fallbeispiele und Merksätze." - Deutsches rzteblatt, Jg. 105, Heft 41, 10. Oktober 2008  
 "Fazit: Ein leicht verständliches Nachschlagewerk für Praktiker, das anschaulich geschrieben ist und viele spannende Beispiele enthält - sehr empfehlenswert." - SBZ, Fachmagazin für Betriebsinhaber und Führungskräfte, 01.09.2008  
 "Liebevoll nimmt Diplompsychologin und Kommunikationsfachfrau Anette Kielholz dabei ihre Leser an die Hand und durchstreift mit ihnen in hunderten von Einzelschritten auch noch die kleinsten Verwebungen im dichten Netz." - wv, 31.07.2008  
 "Gewichtig auch vom Inhalt: Endlich werden die ganzen Behauptungen vieler 'Online-Marketing-Profis' überprüft und wissenschaftlich dargestellt. Und dann in einer Sprache, die wir Nicht-Wissenschaftler auch noch verstehen. [...] Absolut empfehlenswert! Endlich bekomme ich auch Fakten präsentiert und jede Menge Beispiele zur Anwendungsmöglichkeiten der Erkenntnisse. Das Buch ist sehr lesbar geschrieben." - www.coach-im-netz.de, 20.11.2008  
 "Also: Das ist ein starkes Stück Buch, das Annette Kielholz hier geschrieben hat. Für alle, die in Online-Kontexten arbeiten, vom Marketing über PR bis hin zur Online-Beratung ist dieses Buch dringend als Lektüre zu empfehlen." - e-beratungsjournal.net, 11.2009  
 Kurzbeschreibung  
 Ganz gleich, ob in der Unternehmenskommunikation oder im persönlichen E-Mail-Verkehr, Online-Kommunikation hat viel mit Psychologie zu tun. Denn auch wenn ein Computer dazwischengeschaltet ist, es stehen doch immer Menschen dahinter. Dieser Praxisratgeber für den professionellen Umgang mit dem Internet im Berufsleben zeigt auf, welche psychologischen Mechanismen im Internet zum Tragen kommen und wie Unternehmen auf dieser Basis ihre Online-Präsenz professionell gestalten können - in den Bereichen Website, Newsletter, E-Mail-Verkehr, bei Marketing- und PR-Aktivitäten und in der Kundenkommunikation. Das Buch bietet neben der wissenschaftlichen Fundierung viele Praxisbeispiele, Checklisten und Interviews mit Spezialisten. Aufgrund seiner durchgehend klaren Struktur eignet es sich gleichermaßen für Einsteiger wie für Online-Profis, die die psychologischen Hintergründe der Netzkommunikation besser verstehen und neue Trends eigenständig beurteilen wollen. Es richtet sich an Führungskräfte, Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, Medienpsychologen, Unternehmensberater, Medienberater und -gestalter, Webmaster und Trainer.  
 Buchrückseite  
 Erfolgreich online kommunizieren. Wer die Online-Medien in der Berufspraxis gezielt und effizient nutzen will, steht vor neuen Herausforderungen: Wie gewinnt man die Aufmerksamkeit einer Zielgruppe im Wettbewerb mit zahlreichen anderen Anbietern? Wie gestaltet man Websites, Newsletters und E-Mails professionell und kundenorientiert? Wie kann ein Unternehmen mit den dynamischen Prozessen der Gruppen- und Meinungsbildung im Internet umgehen? Dieses leicht verständliche Nachschlagewerk gibt Antworten und bietet Hilfen zur Optimierung der Online-Kommunikation in Unternehmen und Berufsleben für alle, die mit neuen Medien arbeiten. Verstehen Psychologie der Online-Kommunikation  
 Psychologische Wirkmechanismen und Eigenschaften der Online-Medien, Kriterien für die Medienwahl  
 Das soziale Internet (Web 2.0), seine Chancen und Risiken für eigene Unternehmen  
 Umsetzen Tipps und Tricks für die Praxis  
 Für alle Bereiche: E-Mail, Website, Newsletter, Online-Marketing, Public Relations und Kundenkommunikation  
 Umgang mit digitalem Stress und Informationsflut

Checklisten, Abbildungen, Illustrationen, anschauliche Beispiele und Interviews mit Fachleuten Nutzen für Profis und Einsteiger Führungskräfte und Unternehmensberater, die neue Medien effizienter einsetzen sowie Chancen, Risiken und Trends besser beurteilen wollen Kommunikationsverantwortliche, Webmaster, Medienberater und -gestalter, Psychologen, Trainer und alle, die ein vertieftes Verständnis für die neuen Medien erwerben wollen Ein Leitfaden für den professionellen Umgang mit dem Internet.