

Neuerscheinung: Leitfaden Digitaler Dialog

marketing-BÖRSE präsentiert neues Buch. Leitfaden gibt Tipps und zeigt Beispiele für professionellen digitalen Kundendialog.

Die marketing-BÖRSE stellte am 12. September 2012 auf der dmexco den neuen „Leitfaden Digitaler Dialog“ vor. Neben Marketing- und Vertriebsaspekten zeigt dieses Buch Perspektiven auf, die sich aus dem Social Web ergeben. Kundenanfragen über Facebook, Twitter & Co. können von den Unternehmen als Chance zum Dialog genutzt werden. Wer es versteht, die Gespräche mit den Konsumenten authentisch und auf Augenhöhe zu führen, wird zukünftig zu den Gewinnern zählen. Wie das geht, verrät dieses Buch. Die Herausgeberin Gabriele Braun, Geschäftsführerin der marketing-BÖRSE, brachte in diesem Werk 55 Autoren der Branche zusammen, die über ihre Erfahrungen berichten und Praxisbeispiele aufzeigen.

Digitaler Dialog ist überall. Auf allen Kommunikationskanälen im Internet wird geredet, gebrabbelt, kommentiert und bewertet. Sei es auf Websites, auf Facebook, Twitter & Co. oder in Shops. Dieser öffentliche Dialog ist für Unternehmen neu. Wie damit umgehen und Barrieren überwinden? „Wenn sich Unternehmen in das Abenteuer Social Media stürzen, haben sie in der Regel eine Marketing- oder Vertriebsbrille auf. Es geht immer noch nicht um echte Gespräche mit Kunden“, meint der Autor Gunnar Sohn von NeueNachricht. Doch es gibt auch zahlreiche gute Beispiele, bei denen der digitale Dialog funktioniert und die in diesem Buch umfassend beschrieben werden, z. B. bei der Deutschen Bahn, der Deutschen Post DHL, der Telekom und bei PhotoBox. „Doch nicht nur Großunternehmen wagen den digitalen Dialog. Auch der Mittelstand ist mit zahlreichen Beispielen im Buch vertreten“, sagt Gabriele Braun, Herausgeberin des Leitfadens, bei der Buchtaufe auf der dmexco am Stand von media-TREFF.

Für Manfred Stockmann, Präsident Call Center Verband Deutschland e.V., bleiben die Menschen „weiterhin der wichtigste Faktor im Kundendialog, sei es bei der Konzeption, der Qualitätssicherung und natürlich im Kontakt zum Kunden.“ Gewinner werden die Unternehmen sein, die zuhören können, bei denen der Kunde im Mittelpunkt steht und die den Kundendialog auf Augenhöhe führen. „Mitarbeiter müssen darin geschult werden und benötigen Social Media Guidelines. Verantwortlichkeiten sind klar festzulegen“, ergänzt der Autor und Social Media Manager Daniel Backhaus. Der Leitfaden Digitaler Dialog gibt Tipps für die Umsetzung und bietet die ideale Grundlage für den Einstieg.

Leitfaden Digitaler Dialog
Herausgeber: Gabriele Braun
444 Seiten, Preis: 39,90 Euro
ISBN Print: 978-3-943666-02-1
September 2012
Verlag: marketing-BÖRSE GmbH

Der Inhalt

Grundlagen – Monitoring und Optimierung – E-Mail- und Mobile Kommunikation – Anfragen als Chance für den Dialog nutzen – Trends erkennen – Praxisbeispiele

Die Herausgeberin

Gabriele Braun, Dipl.-Ing. für Kartografie (FH) und Diplom-Geografin, ist Geschäftsführerin des Dienstleisterverzeichnisses marketing-BÖRSE mit zahlreichen Unterportalen. Seit 25 Jahren ist sie als IT-Expertin aktiv. Die Autorin und Verlegerin veröffentlichte zahlreiche Studien rund um das Thema E-Mail-Marketing sowie Bücher im Bereich Online-Marketing und Integrierte Kommunikation.

Der Verlag

Das Dienstleisterverzeichnis marketing-BÖRSE ist das größte deutschsprachige Spezialverzeichnis für Marketing. Geschäftsführer sind Dr. Torsten Schwarz und Gabriele Braun. Über 13.000 Anbieter von Außenwerbung über Suchmaschinen-Optimierung bis Zielgruppenanalyse sind bequem zu finden. Das Portal gibt einmal jährlich ein Buch in seiner Leitfaden-Reihe heraus. Ebenfalls in dieser Reihe erschienen: Leitfaden Online Marketing Band 1 und Band 2, Leitfaden WOM Marketing, Leitfaden E-Mail-Marketing 2.0, Leitfaden Dialogmarketing, Leitfaden Integrierte Kommunikation und Leitfaden Permission Marketing.

Weiteres Material (Inhaltsverzeichnis und Vorwort, Zusammenfassung, Gratiskapitel und Buchcover) und Autorenfotos finden Sie hier:

<http://www.marketing-boerse.de/Info/details/Leitfaden-Digitaler-Dialog>