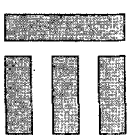
Marcel Bernet

Social Media in der Medienarbeit

Online-PR im Zeitalter von Google, Facebook und Co



VS VERLAG

Inhalt

Einführung

Wie Sie am meisten aus diesem Buch herausholen 7
Was ist Social Media? 9
Social Media Medienarbeit: Vom Versand zum Gespräch 11

Grundlagen

Die alten und neuen Regeln guter Medienarbeit 19
Am Anfang war die E-Mail 24
SMS: die schnelle Kurze 37
Mediencorner: die 24-Stunden-Auskunft 39
Social Media Release: schnell geteilt und gefunden 52
Social Media Newsroom: das Ziel der Reise 65

Social Media Plattformen

Acht Punkte für jede Social Media Strategie 76
Von Slideshare bis YouTube: mehr Reichweite für Inhalte 82
Corporate Blogs: wo der Dialog beginnt 107
Blogs in der Medienarbeit: sieben Tipps 117
Microblogs: beschleunigtes Gezwitscher 120
Soziale Netzwerke: Facebook schluckt das Web 130
Foren und Wikis: verteiltes Wissen 143
Bewertung und Standort: offen bleiben 147

Der neue Dialog

Monitoring heißt Zuhören und Handeln 151
Umsetzung: die Sicht des Ganzen 159
Strategie: drei Phasen und Richtlinien 162
Die Zukunft: integraler Dialog im steten Wandel 166

Anhang

Glossar 170
Abbildungen 180
Dank und Offenlegung 181
Quellen und Links 182