

Medienmitteilung vom 17. Juli 2013
ZHAW School of Management and Law

Neues Buch zum erfolgreichen Einsatz von Social Media im Business

Im Buch «**Social Media Strategy – step-by-step guide to building your social business**» wird ein in der Praxis erfolgreich erprobtes **Social Media Strategy Framework** vorgestellt. Dieses hilft Unternehmen **Social Media als Bestandteil einer umfassenden Unternehmensstrategie zu verstehen und Schritt für Schritt in verschiedene Businessbereiche zu integrieren. Ergänzt wird das Fachbuch durch eine Website mit umfangreichen Fallstudien bekannter Unternehmen.**

Social Media ist mehr als ein Marketingtool. Richtig eingesetzt, verbessert Social Media die externe und interne Kommunikation, Interaktion und Kollaboration von Unternehmen und schafft Mehrwert entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wie dies nachhaltig erreicht werden kann, erläutert das Buch «**Social Media Strategy – step-by-step guide to building your social business**» von Kamales Lardi und Rainer Fuchs

Social Media als planbarer strategischer Erfolgsfaktor

Das beschriebene Social Media Strategy Framework definiert Schritt für Schritt die Vorgehensweise für strategisch abgestützte Social-Media-Initiativen. Es eignet sich für den internen und den externen Einsatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette eines Unternehmens. Das Framework, an dem sich auch der von der ZHAW angebotene CAS Digital Marketing orientiert, stellt sicher, dass Social-Media-Initiativen stets im Einklang mit der Unternehmensstrategie stehen und dem Reifegrad der Organisation hinsichtlich des Einsatzes von Social Media Rechnung tragen.

Fallstudien online verfügbar

Eine Besonderheit des Buches ist die Kombination mit dynamischen Online-Inhalten. Die aufgezeigte Vorgehensweise wird anhand von Fallstudien aus bekannten Unternehmen wie Swiss, IBM, Swiss Re und Eurail konkretisiert, die auf www.build-your-social-business.eu abrufbar sind. Unter derselben Adresse sind auch Auszüge aus dem Buch zu finden. Die Fallbeispiele werden kontinuierlich aktualisiert, und neue Fallstudien kommen hinzu.

«Social Media Strategy – step-by-step guide to building your social business» von Kamales Lardi und Rainer Fuchs, erschienen im Juli 2013 im vdf Verlag. Erhältlich im Buchhandel unter ISBN 978-3-7281-3557-5 für 39.90 Euro.



Die Herausgeber

Kamales Lardi ist Unternehmensberaterin und Managing Partner bei Lardi & Partner Consulting GmbH. Als Consultant in zahlreichen internationalen Projekten hat sie die Erfolgsfaktoren von Social Media in Unternehmen identifiziert und daraus das Social Media Strategy Framework entwickelt.

Dr. Rainer Fuchs ist Dozent für Marketing an der ZHAW School of Management and Law und leitet dort die Fachstelle Product Management im Institut für Marketing Management. Einer seiner Forschungsschwerpunkte ist der Einsatz von Social Media zur kontinuierlichen Steigerung des Produkterfolges entlang des Produktlebenszyklus.

Kontakt

ZHAW School of Management and Law, Institut für Marketing Management,
Rainer Fuchs, Telefon 058 934 70 56, E-Mail rainer.fuchs@zhaw.ch

Lardi & Partner Consulting GmbH, Gweerhofstrasse 16, 8853 Lachen
Kamales Lardi, Telefon 078 797 06 78, E-Mail klardi@lardipartner.com

Medienstelle

ZHAW Corporate Communications, Franziska Egli Signer, Telefon 058 934 75 81
E-Mail franziska.egli@zhaw.ch