

1. Record Nr.	UNINA9910483517003321
Autore	Hilker Claudia
Titolo	Content Marketing in der Praxis : Ein Leitfaden - Strategie, Konzepte und Praxisbeispiele für B2B- und B2C-Unternehmen // von Claudia Hilker
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-13883-1
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XXI, 241 S. 94 Abb.)
Disciplina	658.872
Soggetti	Internet marketing Public relations Online Marketing/Social Media Corporate Communication/Public Relations
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Einbindung der Content-Strategie in die Kommunikations-Strategie. - Modell-Vergleiche von Content-Konzepten.- Content-Produktion: make or buy?.- Briefing und Steuerung von Agenturen.- Prozesse, Rollen und Zeitplanung -- Content-Marketing-Tools -- Best-Practice-Praxis-Beispiele (Bau, Food, Banken, Industrie, Kosmetik, ITK, Bekleidung, Fitness, Handwerk).
Sommario/riassunto	Dieses Fachbuch zeigt konkret, wie Marketers Content-Marketing erfolgreich im Unternehmen einsetzen können. Es werden die Voraussetzungen geklärt sowie ein praktikabler Leitfaden zur Umsetzung entwickelt. Best-Practice-Beispiele aus einer Vielzahl von Branchen veranschaulichen den Weg zu einem erfolgreichen neuen Vermarktungs-Ansatz über die Inhalte und Kompetenzen des Produktanbieters. „Content-Marketing ist eine starke Antwort auf das sich verändernde Konsumentenverhalten. Es trägt als wirksames Instrument der Marketing-Strategie dazu bei, das Vertrauen der technikaffinen Zielgruppe nachhaltig zu gewinnen und zu festigen.“ Prof. Dr. Volker Eickenberg, FOM Hochschule für Oekonomie & Management Aus dem Inhalt Einbindung der Content-Strategie in die Kommunikationsstrategie Modell-Vergleiche von Content-Konzepten

Content-Produktion: make or buy? Briefing und Steuerung von Agenturen Best-Practice-Praxis-Beispiele aus: Bau, Food, Banken, Industrie, Kosmetik, ITK Die Autorin Dr. Claudia Hilker berät mit Hilker Consulting Unternehmen wie die PSD-Bank, Axa und Bosch in der digitalen Marketing-Kommunikation mit Social Media, Enterprise 2.0 und Change Management. Hilker Consulting sorgt für die fachgerechte Umsetzung der Maßnahmen und begleitet Kunden im Reputationsmanagement. Claudia Hilker schult Fach- und Führungskräfte in Social-Media-Marketing und Digital Leadership. Sie gibt Workshops und ist Speaker. Sie schreibt Marketing-Bücher und bloggt über Marketing-Kommunikation, Social-Media-Marketing, Finanzmarketing und Digital Leadership. Sie hat über Social Media promoviert und hält verschiedene Lehraufträge. .
