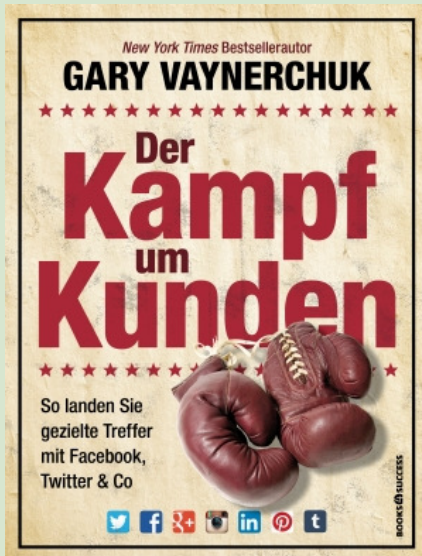


NEUERSCHEINUNG

Social-Media-Volltreffer



Manager, Marketing-Experten und Unternehmer sind immer auf der Suche nach einer Social-Media-Strategie, die das eigene Produkt mit einem Schlag erfolgreich und bekannt macht. Einer Strategie, die den Widerstand der Kunden mit einem geschickt platzierten Haken ausschaltet und Konkurrenten in die Schranken verweist und K.o. gehen lässt.

Gary Vaynerchuk, seines Zeichens einer der bekanntesten und profiliertesten Social-Media-Experten, nennt diese Strategie, analog zum Boxsport, den „Rechten Haken“. Wem es gelingt, einen solchen Schlag zu landen, erhält nicht nur Aufmerksamkeit, sondern er schafft es, diese direkt in Profit umzusetzen. Um zu analysieren, was erfolgreiche Kampagnen in den sozialen Netzwerken ausmacht, hat Vaynerchuk nun das Marketing unterschiedlichster Unternehmen quer über alle Branchen hinweg unter die Lupe genommen und ausgewertet. Anhand seiner Untersuchung zeigt er, was sie richtig gemacht haben und wo Verbesserungsbedarf besteht.

BIBLIOGRAFISCHE DATEN

Gary Vaynerchuk

Der Kampf um Kunden

Preis: 24,99 € (A: 25,75 €)

214 Seiten | gebunden mit SU

ISBN: 978-3-86470-207-5

Kulmbach, September 2014

„Gary versteht es wie kein Zweiter, das Geschäftsmodell mit der Plattform zu verknüpfen – und eine Erfolgsgeschichte daraus zu machen.“

Ashton Kutcher



Gary Vaynerchuk hat sich vom Weinverkäufer zur Social-Media-Ikone gemausert. Er ist New York Times-Bestsellerautor und ein Unternehmer, der Geschichten über unternehmerischen Erfolg erzählen kann. Seine Consulting-Agentur für digitale Medien, VaynerMedia, arbeitet mit Fortune500-Unternehmen (wie General Electric und Pepsi) an Strategien für digitalen Content und die Verknüpfung mit Social Media. Die Businessweek zählte Gary Vaynerchuk zu den 20 Top-Unternehmern, an denen man sich orientieren sollte. CNN bezeichnete ihn als einen der 25 einflussreichsten Technologie-Investoren.