

Felix Beilharz

Online-Know-how für Manager

101 Profi-Tipps, wie Sie
Informationen schneller finden,
Ihre Eigen-PR verbessern
und Ihre Reichweite steigern



Springer Gabler

Online-Know-how für Manager

Felix Beilharz

Online-Know-how für Manager

101 Profi-Tipps, wie Sie
Informationen schneller finden,
Ihre Eigen-PR verbessern
und Ihre Reichweite steigern



Springer Gabler

Felix Beilharz
Köln, Deutschland

ISBN 978-3-658-10949-3 ISBN 978-3-658-10950-9 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-10950-9

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Geleitwort von Siegbert Pinger



Siegbert Pinger

Digitalisierung ist DER Zukunftstrend. Industrie 4.0 und das Internet der Dinge werden gerade von vielen Seiten gepusht. Auch Sie nutzen das Internet – mal mehr mal weniger? Das Netz ist selbstverständlich geworden? Fühlen Sie sich sicher in der Anwendung fortschrittlicher und produktivitätssteigernder Internetdienste? Sind Sie sicher in der Anwendung der Basics des Netzes? z. B. Wie nutze ich die immensen Recherchemöglichkeiten zu meinem Vorteil? Wissen Sie, was einzelne Browser können, welche Vorteile jene oder andere Browser Ihnen bieten?

Sind dies alles Fragen, die Sie lieber an eine IT-Abteilung abgeben möchten? Oder noch nie gestellt haben? Letzte Frage: Sind Sie IT-technisch abhängig von Spezialisten?

Dann wird es Zeit, dem abzuhelpfen. Lesen Sie dieses Buch von Felix Beilharz. Probieren Sie die Tipps aus und Sie können künftig aufgrund eigener Erfahrungen mitreden und die Vorschläge und Ideen Ihrer IT-Spezialisten besser einordnen.

Dipl.-oec. Siegbert Pinger
Geschäftsführer
Kommunikation und Netzwerke
vem.diearbeitgeber e.V.
www.vem.diearbeitgeber.de

Facebook: <https://facebook.com/siegbert.pinger>
Facebook: <https://www.facebook.com/vem.diearbeitgeber>
Twitter: <http://twitter.com/vemdiearbeitgeb>

Geleitwort von Dr. Hubertus Porschen



Dr. Hubertus Porschen

Das Internet, im Speziellen Online-Marketing und E-Commerce, prägen mein Leben seit nunmehr 13 Jahren. Ich gehöre zum Teil zu der Generation der sogenannten Digital Natives. Menschen, die ganz natürlich mit PC, Laptop, Tablet und Mobiltelefon agieren. Ich bin ca. 12 Stunden am Tag online.

In der alten Welt würde man mich trotz meines horrenden Internetkonsums als Netzwerker bezeichnen, da ich viele Beziehungen „in der realen Welt“ pflege. Ich treffe Gründer, Politiker, Pressevertreter, Manager, Unternehmensnachfolger und CEOs täglich – sowohl für mein Unternehmen App-Arena als auch in meiner Funktion als Vorsitzender des Verbandes „Die Jungen Unternehmer“. Zum Essen, auf Konferenzen, bei Vorträgen, die ich halte oder auch einfach nur zum Austausch.

Da die meisten meiner Gesprächspartner älter sind als ich, stelle ich oft einen gravierenden Unterschied fest. Viele sind Netzwerker der alten Art. Sie pflegen formelle und informelle Bekanntschaften in der Offline-Welt. Was Sie sträflich vernachlässigen ist, sich eine Reputation in der Online-Welt aufzubauen. „Wichtige Personen kennen mich und eine nette Internetseite ersetzt kein gutes Glas Wein mit XY!“ so die argumentative Denke der Old-Economy. Das mag hin und wieder hinreichend sein, in den wenigsten Fällen ist es aber ausreichend.

Eine Reputation im Internet und die Pflege verschiedener, auf die Bedürfnisse und Ziele des Individuums zugeschnittener Netzwerke analog zur Offline-Welt, bieten dieselben Vorteile wie traditionelle Netzwerke. Und ja, es kostet Zeit und

Geld. Aber: Es rentiert sich. Kostet der Besuch von Konferenzen, Tagungen etc. nicht auch Geld und Zeit? Ich möchte jedem davon abraten, sich bei der Pflege der Online-Netzwerke alleine auf externe Berater oder Agenturen zu verlassen. Ein eigener Know-how-Aufbau ist in jedem Falle unerlässlich. Gehen Sie davon aus, dass Ihr Name gegoogelt wird, in sozialen Netzwerken eingegeben wird und auf Webseiten und in Onlinemagazinen über Sie geschrieben wird. Die Informationen, die Ihre Gesprächspartner über Sie finden, können und müssen Sie mitgestalten. Wie Sie das Internet zur gezielten Recherche, zur Eigenwerbung und zur Steuerung gewisser Informationen nutzen, erläutert in diesem Buch der in Deutschland führende Online-Marketing-Experte Felix Beilharz.

Dr. Hubertus Porschen
Bundesvorsitzender BJU Die jungen Unternehmer
Mitglied des Vorstandes ASU Die Familienunternehmer

Facebook: <https://www.facebook.com/DieJungenUnternehmer>
Twitter: <http://twitter.com/JungUnt>

Der Autor



Felix Beilharz

Felix Beilharz ist „einer der führenden Berater für Online- und Social Media-Marketing“ (RTL). Der Diplom-Wirtschaftsjurist beschäftigt sich seit 2001 mit den Möglichkeiten, die Online-Marketing für Unternehmen bietet. Als Autor hat er zwölf Bücher und Buchbeiträge veröffentlicht, dazu zahlreiche Artikel und Kolumnen. Die Fachzeitschrift w&v nennt ihn einen der „Top-Influencer im Online-Marketing“ und einen „digitalen Meinungsmacher, den man kennen sollte“.

Felix Beilharz lehrt Online-Marketing und Social Media an der Universität zu Köln, der Technischen Hochschule Köln sowie der Hochschule Würzburg-Schweinfurt. Er trainiert Unternehmen, Behörden Organisationen und wird weltweit als Speaker gebucht. Er gilt daher als „einer der bekanntesten Experten für Online-Marketing“ (Rhein-Main-Presse).

Neben der Tätigkeit als Speaker, Trainer, Autor und Berater veranstaltet er Social-Media-Konferenzen wie die „hashtag.business“, die erste Konferenz speziell für Twitter- und Instagram-Marketing, und die Social-Media-Kanzlei-Konferenz, die erste ihrer Art für Rechtsanwälte.

Abkürzungen

AOL	America Online
HTML	Hypertext Markup Language
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
HTTPS	Hypertext Transfer Protocol Secure
KI	Künstliche Intelligenz
OS	Operating System
PDF	Portable Document Format
PR	Public Relations
RSS	Really Simple Syndication
SEA	Search Engine Advertising
SEO	Search Engine Optimization
URL	Uniform Ressource Locator
USD	US-Dollar

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Den Einstieg finden.	3
3	Besser suchen und recherchieren	11
4	Wirkungsvolle Eigen-PR	33
5	Effektiveres Networking	101
6	Informationen sortieren und Produktivität steigern.	133
	Anhang	139

Das Internet ist seit längerer Zeit fester Bestandteil der Wirtschaftswelt. Von den größeren Unternehmen gibt es so gut wie keines mehr ohne Website. Die meisten haben auch den Nutzen der sozialen Medien für sich entdeckt und investieren zumindest einen gewissen Teil ihres Marketingbudgets in die verschiedenen Online-Marketing-Kanäle. An diese Unternehmen richtet sich dieses Buch nicht.

Denn: Ich stelle vor allem bei Vorträgen immer wieder fest, dass bei kleinen Unternehmen und Selbstständigen die Lage noch ganz anders aussieht. Während ich diese Einleitung schreibe, befinde ich mich auf Vortragsreise mit einem Hersteller von Fassadentechnik – 13 Vorträge in 13 deutschen Städten vor Handwerkern, Architekten, Sachverständigen. Hier geht, je nach Ort, auf meine Frage, wer denn eine Website habe, höchstens die Hälfte der Hände hoch – manchmal sogar deutlich weniger. Die Frage nach einem beruflichen Facebook-Auftritt spare ich mir mittlerweile, in den ersten Vortragsstationen gingen jeweils maximal 2–3 Hände nach oben.

Darüber hinaus entdecken auch immer mehr Angestellte wie Führungskräfte, Manager oder Fachkräfte den Nutzen des Internets für sich. Selbst-Marketing, Eigen-PR, Networking, all das lohnt sich nicht nur als Selbstständiger oder Unternehmer, sondern eben auch als Arbeitnehmer. Diese in den USA längst etablierte Erkenntnis setzt sich hierzulande erst langsam durch.

An die beiden letzten Gruppen – Unternehmer, Selbstständige und Angestellte mit wenig Internet- und/oder Marketingerfahrung – richtet sich dieses Buch. Wenn Sie zwar E-Mails schreiben und im Netz surfen, aber nicht so richtig wissen, was Sie da eigentlich genau machen oder was damit eigentlich noch alles möglich wäre, halten Sie hier 101 Tipps in den Händen, die Ihnen genau dabei weiterhelfen. Nach einigen grundlegenden Anregungen erhalten Sie Tipps zur effektiven und vor allem