Vorwort

Dieser Beitrag basiert auf dem Sammelband „Dienstleistungsmanagement und Social Media – Forum Dienstleistungsmanagement“, herausgegeben von Manfred Bruhn und Karsten Hadwich (Springer Gabler, Wiesbaden 2013). Der Einsatz von Social Media als Kommunikationsinstrument gewinnt zunehmend an Bedeutung. In dem Sammelband werden die Grundlagen zu Social Media im Rahmen des Dienstleistungsmanagements erläutert sowie Ansatzpunkte zum Einsatz von Social Media, insbesondere im Zusammenhang mit Dienstleistungsmarken und als Instrument zur Erlebnisorientierung, aufgezeigt. Ein weiterer Schwerpunkt des Bandes stellt der Einsatz von Social Media im Business-to-Business-Bereich sowie im Qualitätsmanagement dar. Abschließend befassen sich verschiedene Beiträge mit der Ausgestaltung von Social Media zur erfolgreichen Kundenbearbeitung. Insgesamt enthält der Sammelband 26 Beiträge von renommierten Wissenschaftlern und Praktikern.

Für Gabler Essentials wurde der Beitrag „Einsatz von Social Media für das Dienstleistungsmanagement“ ausgewählt, da er die zunehmende Bedeutung von Social Media für Dienstleistungsunternehmen hervorhebt, Systematisierungen der Erscheinungsformen vornimmt und einen Überblick über die Analyse-, Planungs-, Implementierungs- und Kontrollphase von Social Media im Rahmen des Dienstleistungsmanagements liefert. Zudem werden anschauliche Praxisbeispiele für eine konkrete Umsetzung der Social Media-Aktivitäten aufgezeigt.

http://www.springer.com/978-3-658-07233-9

Einsatz von Social Media für das Dienstleistungsmanagement

Bruhn, M.; Hadwich, K.

2015, IX, 46 S. 15 Abb., 3 Abb. in Farbe., Softcover
ISBN: 978-3-658-07233-9