



Auflage:	1. Auflage 2015
Seiten:	64
Einband:	Softcover
ISBN:	978-3-86867-230-5
Artikelnr.:	15440
Erschienen:	Oktober 2014
Regulärer Preis	16,95 €
Preis für Studierende	5,00 €

UVP: Information für Wiederverkäufer: Dieser Titel ist nicht mehr preisgebunden.

Bei Bestellungen zum Studentenpreis bitte während der Registrierung oder im My Q-Bereich entsprechend die Immatrikulationsbescheinigung hochladen. Bei fehlender Bescheinigung wird das Buch zum regulären Preis berechnet und geliefert.

Änderungen vorbehalten!

Quintessenz Verlags-GmbH

 Ifenpfad 2-4
12107 Berlin
Deutschland

 +49 (0) 30 / 76180-5

 +49 (0) 30 / 76180-680

 info@quintessenz.de

 <http://nginx/deu/de>

Buch-Information

Autoren:	Jens Pätzold / Christian Henrici
Titel:	Zahnarzt Manager Unternehmer Spezial
Untertitel:	Wie Sie Facebook & Co rechtssicher und erfolgreich für Ihre Praxis einsetzen
Reihe:	Zahnarzt Manager Unternehmer
Kurztext:	

Twittern, bloggen, posten – so lauten die neudeutschen Begriffe, die eigentlich nur verschiedene Arten des "Schreibens" bezeichnen. Dennoch gewinnen sie mehr und mehr an Bedeutung im Rahmen sozialer Netzwerke. Die Branchengrößen wie Facebook oder Twitter werden längst nicht mehr nur von Privatpersonen genutzt, sondern haben sich zu wichtigen Plattformen für die Außendarstellung von Unternehmen entwickelt.

Die Vorteile der neuen Medien liegen auf der Hand: Sie sind kostengünstig, einfach zu bedienen, streuen veröffentlichte Inhalte weit und sind in der Lage, jede Nachricht blitzschnell zu verbreiten. Aufgrund dieser Aspekte, können sie auch für eine professionelle Praxisführung relevant sein.

Doch viele Zahnarztpraxen haben noch immer Vorbehalte gegen die Nutzung von Facebook als Marketing- und Kommunikationsinstrument. Worauf es beim geschäftlichen Umgang mit Facebook ankommt, was Sie tun oder besser lassen sollten, verraten Ihnen die beiden Autoren Jens Pätzold und Christian Henrici in diesem Spezialband der Fachbuch-Reihe "Zahnarzt | Manager | Unternehmer".

Inhalt

Kapitel 1. Wenn die Zahnfee nicht helfen kann – Social Media Marketing als Chance

Kapitel 2. Punktlandung statt Gießkanne - Mit der eigenen Facebookseite neue Potenziale erschließen

Kapitel 3. Clevere Planung anstatt blinder Aktionismus – Überlegungen im Vorfeld und rechtliche Regelungen

Kapitel 4. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – Fotos als Gestaltungsmittel für die Fanpage

Kapitel 5. Visitenkarte und Kommunikationsplattform – Infoseite und Chronik als Grundelemente der Fanpage

Kapitel 6. Eine Frage der richtigen Mischung – Sinnvolle Inhalte zur Veröffentlichung und Kontinuität

Kapitel 7. Die Geister, die ich rief – Der richtige Umgang mit der Kommentarfunktion

Fachgebiet(e): Praxismanagement, Literatur fürs Studium