

Florine Calleen

# Texten fürs Social Web

Das Handbuch für  
Social-Media-Texter

# Inhalt

<b>Vorwort - um was es hier (nicht) geht.....</b>	<b>5</b>
<b>1. Einleitung: Social Media - ein großer Marktplatz.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Basics - der Post als Köder.....</b>	<b>17</b>
Das Wesentliche - authentisch sein.....	18
Was texten wir wo und wann? Erklärung von Begrifflichkeiten.....	20
<b>3. Von Opas und Marken - Texte im Social Web.....</b>	<b>35</b>
Regeln machen Sinn - Netiquette.....	36
Wir essen jetzt Opa! Richtig schreiben - besser ist das!.....	38
Content is king - der Inhalt ist König.....	39
Mehrwert - wie es euch gefällt (oder nützt)!.....	41
Guter Ruf ist Goldes wert - einen Online-Ruf aufbauen und sichern ...	42
Fans - die Marke repräsentieren.....	43
Was heißt hier Werbung? - Kunden gewinnen.....	45
<b>4. Für jeden das Passende dabei - auf dem Marktplatz des Social Web...49</b>	
Das digitale Appetithäppchen - about.me.....	50
Der blaue Riese - Facebook.....	58
Das Imperium hat zugeschlagen - Google+.....	76
Einfach (aber) global- LinkedIn.....	93
Litfaß lässt grüßen - Pinterest.....	114
Sag's mit 140 nur - Twitter.....	121
Businesskontakte unter DACH und Fach - XING.....	133
<b>5. Handwerkszeug für Poster.....</b>	<b>157</b>
Die Idee finden.....	158
Den Stil entwickeln, die Schreibe üben.....	163
<b>6. Tipps und Tricks zur Technik des Postens.....</b>	<b>171</b>
Darf's ein bisschen mehr sein?.....	172
Praktische Tipps - nützliche Tools.....	176

<b>7. Stolperfallen aus dem Weg gehen</b> .....	179
Die liebe Zeit - das ist Ihr Mindesteinsatz!.....	180
Stolperfallen im Vorfeld verhindern - Social-Media-Guidelines.....	181
Trolle im Shitstorm - vom Umgang mit massiver Kritik.....	183
<b>8. Vor Unwissenheit wird gewarnt</b> .....	199
Rechtliches.....	200
Das kommt mir so bekannt vor - Fälschung oder nicht?.....	201
Pfui, das tut man nicht - Unarten.....	204
<b>Statt eines Anhangs</b> .....	207
<b>Danksagung</b> .....	208
<b>Die Autorin</b> .....	209