

## Der neue Corporate Influencer

Dieses Buch stellt einen völlig neuen strategischen Ansatz des Influencer-Marketings vor und zeigt, wie Sie Ihr Social-Media-Marketing auf das nächste Level heben können. Im Mittelpunkt steht der festgestellte Permanent Corporate Influencer, der durch Mehrwertkommunikation eine Community aufbaut und an Ihre Marke bindet. Der Autor beschreibt die relevanten Anforderungen an dieses neue Berufsbild und gibt wichtige Hinweise zum Recruiting. Zudem erläutert er die strategische Content-Planung mit Corporate Influencern sowie Funktionsweisen und Formate der unterschiedlichen Netzwerke. Mit praktischen Tipps zu Monitoring, Reporting und relevanten KPI, zahlreichen Checklisten, Beispielen, einer Linksammlung und einem ausführlichen Glossar liefert das Buch wertvolle Unterstützung für die Neuausrichtung Ihrer Social-Media-Strategie.

### Der Inhalt

- Social-Media- und Influencer-Marketing: Positionierung und Leitidee
- Der Permanent Corporate Influencer: Definition, Rollen, Aufgaben, Ziele
- Recruiting: Fachliche Voraussetzungen, Soft Skills, Vertragsarten, Nutzungs-, Urheber- und Wettbewerbsrechte
- Aufbau und Umsetzung der Strategie: Zielvereinbarung und Zielgruppen, strategische Content-Planung
- Die Netzwerke und ihre Mechanik: Nutzerverhalten, Zahlen und Fakten, Formate
- Wachsen und Vermarktung: Media-Mechaniken, Monitoring und Reporting, relevante KPI

### Der Autor

**Thomas Klein** ist zertifizierter Social-Media-Manager und Spezialist für Influencer-Marketing. Seit über 20 Jahren ist er im digitalen Marketing tätig und hatte Beratungsmandate u.a. bei Deutsche Bahn, OTTO, Volkswagen und Zentis. Er ist zudem gefragter Redner auf Kongressen und Events.

ISBN 978-3-658-32373-8



► [springer-gabler.de](http://springer-gabler.de)

Klein



Der neue Corporate Influencer

Thomas Klein

# Der neue Corporate Influencer

Effizientes Social-Media-Marketing  
mit einem internen Content Creator

 Springer Gabler