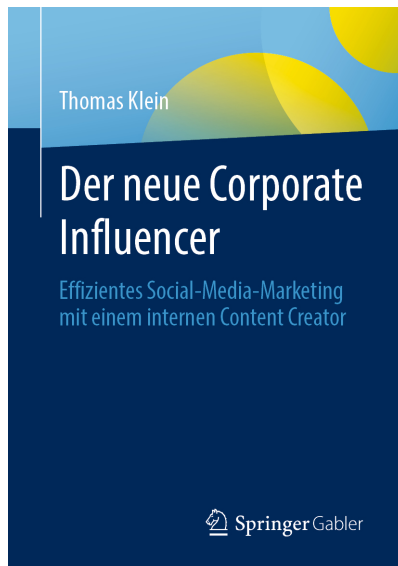


## Der Neue Corporate Influencer

### Effizientes Social-Media-Marketing mit einem internen Content Creator



<b>Fachbuch</b>	Influencer Marketing
<b>Umfang:</b>	180 Seiten, 8 Kapitel
	Softcover oder eBook
<b>Verlag:</b>	Springer Gabler
<b>Preis (D):</b>	32,99 Euro / 24,99 Euro
<b>Erschienen:</b>	März 2021
<b>ISBN:</b>	978-3-658-32373-8
<b>eBook ISBN:</b>	978-3-658-32374-5

- Neuer methodischer Ansatz zur Umsetzung von Influencer-Marketing
- Schafft Transparenz im Influencer-Marketing und gibt Investitionssicherheit
- Mit Checklisten, Beispielen, Linksammlung und konkreten Tipps

Das neue Fachbuch von Thomas Klein stellt einen neuen strategischen Ansatz des Influencer Marketing vor und zeigt, wie Sie Ihr Social-Media-Marketing auf das nächste Level heben können. Im Mittelpunkt steht der festangestellte 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 und Onboarding. Zum Beispiel: Definition, Rollen, Aufgaben, Ziele des Permanent Corporate Influencer Fachliche Voraussetzungen, Soft Skills, Vertragsarten, Besonderheiten bei Nutzungs-, Urheber und Wettbewerbsrechten Vereinbarungen zu Zielsetzung, Zielgruppen und strategischer Content-Planung Zudem erläutert Thomas Klein die strategische Content-Planung mit Corporate Influencern sowie Funktionsweisen der unterschiedlichen Netzwerke, wie beispielsweise Themenplanung, Nutzerverhalten, Reichweiten und Veröffentlichungsformate. Mit vielen praktischen Tipps zu Monitoring, Reporting und relevanten KPIs, zahlreichen Checklisten, Beispielen, einer Linksammlung und einem ausführlichen Glossar liefert das Buch wertvolle Unterstützung für die Neuausrichtung Ihrer Social-Media-Strategie. Ein umfangreicher Praxisleitfaden für Kommunikations-, Marketing- und HR-Verantwortliche.

**Über den Autor**

Thomas Klein (47) ist zertifizierter Social Media Manager und seit dem Jahr 2000 in unterschiedlichen Positionen im digitalen Marketing tätig. 2015 gründete er die Social Media Agentur sentimeo, der er als Geschäftsführer bis heute vorsteht. Die Agentur übernimmt Social-Media-Beratungs- und Interimsmandate bei namhaften Unternehmen, wie der Deutschen Bahn, OTTO, Volkswagen oder Zentis.

Als Autor veröffentlichte Klein 2013 sein erstes Fachbuch mit dem Titel „Social Media Methoden“, das im Cornelsen Verlag erschienen ist. 2021 folgte das Fachbuch „Der neue Corporate Influencer“, erschienen im Springer Gabler Verlag.

Klein ist gefragter Redner auf Events und Kongressen. Seine Zuhörer schätzen ihn als einen pragmatischen Spezialisten, der die Komplexität des Social Media- und Influencer-Marketing praxisnah und auf den Punkt erklärt.

**<https://sentimeo.de/>**

**<https://permanent-corporate-influencer.de/>**

**Rezensionsexemplare erhalten Sie unter: <https://www.springer.com/de/reviewers>**

**Pressekontakt**

Sascha Ihns  
Ihns Public Relations

Tel.: + 49 (0)89 215 80 220

E-Mail: [info@ihns-publicrelations.com](mailto:info@ihns-publicrelations.com)