
**Buchvorstellung: Der neue Corporate Influencer.
Effizientes Social-Media-Marketing mit einem internen Content Creator.**

Praktische Anleitungen und Tipps für „Permanent Corporate Influencer“ in Agenturen und Unternehmen – aus der Praxis, für die Praxis. Ab sofort im deutschsprachigen Buchhandel sowie als eBook erhältlich.

- Thomas Klein informiert in seinem neuen Fachbuch aus dem Springer Gabler Verlag über die Notwendigkeit und Tätigkeiten eines Permanent Corporate Influencer in Unternehmen und Agenturen.
- Der Autor entwickelt ein neues Gedankenmodell, das sich klar von klassischen Corporate Influencern absetzt und modernen Kommunikationsbedürfnissen entspricht.
- Langjähriges Praxiswissen auf 180 Seiten und acht Kapiteln, inklusive Mustervorlagen und Tools für die praktische Anwendung im Arbeitsalltag.
- Aufbau eines analogen wie digitalen Weiterbildungsangebots für Bewerber, Experten und Unternehmungen in Deutschland in Planung.

Essen, 01. Juni 2021 – Der Autor und Social-Media-Experte, Thomas Klein, hat jüngst im Springer Gabler Verlag einen neuen Praxisratgeber für Unternehmen und Agenturen veröffentlicht. Das Fachbuch stellt den von Klein entwickelten Begriff und die neue Position eines Permanent Corporate Influencer (PCI) im Detail vor, ordnet diesen im Kontext der Marketingkommunikation ein und zeigt auf, wie ein PCI das digitale Marketing strategisch sinnvoll erweitert. Im Fokus seines Buches steht eine festangestellte Person, die durch Mehrwertkommunikation eine Community im Sinne der Unternehmung auf- und ausbaut. Die von Thomas Klein speziell hierfür entwickelte Bezeichnung PCI steht für eine Person, die bewusst authentisch und interpersonell mit den jeweiligen Zielgruppen in hoher Frequenz kommuniziert. Klein bringt sein Praxiswissen als selbständiger Social-Media-Berater und Spezialist für Influencer Marketing aus mehr als 20 Jahren Berufserfahrungen auf insgesamt 180 Seiten bzw. in acht Kapiteln ein. Ergänzt wird sein Fachbuch durch vielfältige Praxistipps und Tools, die der Autor selbst entwickelt hat und in seinem Beratungsalltag aktiv einsetzt. Seine Erfahrungen plant Klein zusätzlich in einem breitgefächerten Weiterbildungsangebot zusammen mit Partnern einfließen zu lassen, dessen Start in Deutschland für Ende dieses Jahres geplant ist.

„Authentizität und eine zwischenmenschliche Kommunikation auf Augenhöhe in hoher Frequenz zählen zu den wichtigsten Merkmalen eines Permanent Corporate Influencer. Im Mittelpunkt der von mir erarbeiteten und in der Praxis bereits bewährten Strategien, steht der Mensch und nicht eine Marke“, erklärt der Autor Thomas Klein. „Menschen möchten in den sozialen Netzwerken am liebsten mit Freunden kommunizieren und nicht unmittelbar Produkte kaufen. Meiner Erfahrung nach agieren viele Unternehmen und deren Corporate Influencer in zu geringer Frequenz und zu produktzentriert. Sie denken eher an kurzfristige Vertriebsfolge, denn an eine langfristige Kundenbindung“, so Klein weiter.

Thomas Klein sieht jedoch den Erfolg eines modernen Influencer Marketings in der Art begründet, wie Menschen in Social Media kommunizieren möchten – von Mensch zu Mensch und auf fast freundschaftliche Art und Weise. Für ihn ist daher die Zeit für ein Umdenken zu ganzheitlichen Unternehmensbotschafter*innen gekommen, die keine weiteren Aufgaben im Unternehmen zusätzlich übernehmen bzw. die Kommunikation mit Endkunden, Partnern und Fans nebenbei erledigen müssen. Ein Permanent Corporate Influencer konzentriert sich exklusiv auf den langfristigen, strategischen Aufbau einer Community und Fanbase im Sinne einer vertrauensvollen Beziehung zu einer Marke oder Unternehmung.

Voraussetzungen und Modelle für potenzielle Permanent Corporate Influencer

Die neuen Multiplikator*innen bzw. Corporate Influencer sollten bereits Berufspraxis und fachliche Kompetenzen im Social Media Management mit in ihre neue Position einbringen. Zusätzlich zeichnen persönliche Kommunikationsskills, spezifische Branchenkenntnisse und eine Affinität zu digitalen Medien passende Bewerber für diese Position aus. Ein Quereinstieg ist laut Klein dennoch möglich. Für Quereinsteiger hat der Social-Media-Experte ebenfalls spezielle Modelle entwickelt und in sein Buch integriert, mit Hilfe derer Branchenfremde eine moderierende Rolle in der externen Marketingkommunikation übernehmen können, um Kommunikations- und Vertriebsziele maßgeblich mit zu unterstützen. Sie alle eint die nachhaltig positiven Abstrahleffekte, die Permanent Corporate Influencer auf das Employer Branding eines Unternehmens und seiner Marken, den Vertrieb und Service sowie die Unternehmenskommunikation insgesamt ausüben.

Weiterbildungsangebote in ganz Deutschland geplant

Vor diesem Hintergrund plant der Autor und Social-Media-Experte, Thomas Klein, ein umfassendes Weiterbildungsangebot zusammen mit weiteren Partnern in Deutschland. „In vielen meiner Gespräche, die ich bei der Recherche zu meinem Buch über die Permanent Corporate Influencer geführt habe, wurde der Wunsch nach einer gezielten theoretischen wie praxisnahen Aus- bzw. Fortbildung deutlich. Studien zeigen ebenfalls ein großes Nachfragepotenzial nach entsprechenden Bildungsangeboten auf und sprechen zum Teil von bis zu neun Millionen Menschen, die als (Corporate) Influencer arbeiten möchten“, so Klein. „Influencer haben ein großes Zukunftspotenzial am Arbeitsmarkt. Insofern stehe ich in engem Austausch mit potenziellen Partnern, mit denen ein entsprechendes Seminarangebot digital und an verschiedenen Orten in Deutschland analog sowie bei Unternehmen vor Ort umsetzbar ist. Wenn alles nach Plan läuft, können wir mit den ersten Fortbildungen bereits Ende dieses Jahres starten“, prognostiziert Thomas Klein.

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