
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Social Web als dritte Internet-Phase	2
1.2	Besonderheiten des Social Web	4
1.3	Social CRM – Begriffliche Einordnung	8
1.4	Aufgabenbereiche des Social CRM	12
2	Social CRM-Anwendungsbeispiele	17
2.1	Social CRM bei Cyberport	17
2.1.1	Unternehmen	17
2.1.2	Social Media-Einsatz	18
2.1.3	Social CRM-Anwendung	20
2.1.4	Social CRM-Infrastruktur	23
2.2	Social CRM bei Dell	23
2.2.1	Unternehmen	23
2.2.2	Social Media-Einsatz	24
2.2.3	Social CRM-Anwendung	29
2.2.4	Social CRM-Infrastruktur	34
2.3	Social CRM bei Spreadshirt	35
2.3.1	Unternehmen	35
2.3.2	Social Media-Einsatz	36
2.3.3	Social CRM-Anwendung	38
2.3.4	Social CRM-Infrastruktur	42
2.4	Social CRM bei Deutsche Telekom	43
2.4.1	Unternehmen	43
2.4.2	Social Media-Einsatz	43
2.4.3	Social CRM-Anwendung	46
2.4.4	Social CRM-Infrastruktur	49
2.5	Zusammenfassung der Fallbeispiele	50

3	Social CRM-Anwendungssysteme.	57
3.1	Systembeispiele	59
3.1.1	Falcon Social	60
3.1.2	Microsoft CRM	62
3.1.3	Viralheat	65
3.2	Kernfunktionalitäten.	68
3.2.1	Social Media.	68
3.2.2	Analyse und Monitoring	70
3.2.3	Interaktion	76
3.2.4	Management und Integration in das CRM.	78
4	Social CRM-Gestaltungsbereiche	85
4.1	Verwendungszwecke	85
4.2	Umsetzung	88
4.3	Datenerschließung	92
4.4	Datenschutz	96
5	Zusammenfassung und Ausblick.	103
	Literatur.	111
	Stichwortverzeichnis.	115

Social Customer Relationship Management
Grundlagen, Anwendungen und Technologien
Alt, R.; Reinhold, O.
2016, XVII, 118 S. 53 Abb. in Farbe., Softcover
ISBN: 978-3-662-52789-4