

Inhalt	Seite
Vorwort	3
Einleitung	4
1 Anwendungsbereich	5
2 Begriffe	5
3 Chancen, Risiken und Voraussetzungen des Einsatzes von Web 2.0 und Sozialen Medien in KMU	6
4 KMU-spezifisches Vorgehensmodell zur Einführung von Web 2.0 und Sozialen Medien.....	8
4.1 Vorbemerkungen	8
4.2 Sensibilisierung	10
4.3 Analyse	11
4.4 Strategieentwicklung	12
4.5 Konzeption	14
4.6 Implementierung.....	16
4.7 Nutzung	16
4.8 Controlling	17
Anhang A (informativ) Checklisten & Leitfäden	19
A.1 Kenntnisstand.....	19
A.2 Weiterführende Literatur.....	22
A.3 Web-Aktivitäten	23
A.4 Voraussetzungen.....	27
A.5 Leitfaden Gesprächsaufkommen.....	28
A.6 Leitfaden Hindernisse	30
A.7 Roadmap wiederkehrende Termine.....	31
A.8 Kostenpositionen	32
A.9 Feinkonzept.....	33
A.10 Feedbackbogen Nutzer.....	35
A.11 Leitfaden Ombudsmann	37
A.12 Hilfsmittel/Tools.....	38
Anhang B (informativ) Fallbeispiele.....	40
B.1 Fachverlag Unternehmensseite in einem Sozialen Netzwerk.....	40
B.2 Entwicklung einer Strategie für Einsatz Sozialer Medien in einem mittelständischen B2B-Unternehmen	41