

[Ebook pdf] Das Social Media Desaster von Nestleacute; (UNICUM.de ndash; Die Wissensreihe) (German Edition)

Das Social Media Desaster von Nestleacute; (UNICUM.de ndash; Die Wissensreihe) (German Edition)

Alexandra Pfeiderer

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF




Alexandra Pfeiderer


UNICUM.de - Die Wissensreihe
UNICUM.de
Band 13

Das Social Media Desaster von Nestlé

Studienarbeit

UNICUM

 Download

 Read Online

#3834161 in eBooks 2012-10-10 2012-10-10 File Name: B01D4WU316 | File size: 66.Mb

Alexandra Pfeiderer : Das Social Media Desaster von Nestleacute; (UNICUM.de ndash; Die Wissensreihe) (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Das Social Media Desaster von Nestleacute; (UNICUM.de ndash; Die Wissensreihe) (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Universitauml;t Augsburg (Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultaauml;t), Veranstaltung: Social

Media ndash; Zeitvertreib und Stalking Tool?, Sprache: Deutsch, Abstract: Eine eigene Facebook-Fanpage, ein Twitter-Account oder Blogs sind heutzutage bei den meisten Unternehmen Standard. In sozialen Netzwerken versammeln sich Fans, diskutieren und posten alles rund um die Angebote und Marken von Unternehmen. Das hat jedoch nicht nur ausschlieszlig;lich positive Auswirkungen hat auf das Unternehmen. Denn diese Fans kouml;nne sich auch schnell gegen einen wenden. Diese Erfahrung musste der Lebensmittelhersteller Nestleacute; Anfang 2010 machen, als er Ziel einer viralen PR-Aktion wurde. Initiiert wurde die Kampagne von Greenpeace. Nicht die Aktion selbst, sondern der Umgang des Unternehmens mit den Vorwuuml;rten und der Kampagne fuuml;hrte dazu, dass sich daraus ein groszlig;er PR-Gau fuuml;r Nestleacute; entwickelte. Nachdem Nestleacute; auuml;szlig;erst unprofessionell reagierte wurde die Krisenkommunikation fuuml;r das Unternehmen zum Desaster. Der Fall Nestleacute; gilt als Beispiel fuuml;r den schlechten Umgang mit Krisen im Web 2.0. Bekanntlich lernt man durch Negativ-Beispiele am besten. Daher mouml;chte ich in der folgenden Arbeit das Social Media Desaster am Beispiel von Nestleacute;s Schokoriegel KitKat erlauml;utern. Die Arbeit beschauml;ftigt sich mit der Greenpeace-Kampagne anhand derer aufgezeigt werden soll, welche Folgen der Umgang Nestleacute;s mit den Vorwuuml;rten hatte. Zum Einstieg wird im Folgenden zunauml;chst der Begriff Social Media geklauml;rt. Da sowohl Social Media Marketing als auch Social Media Monitoring eine wichtige Rolle spielen und Voraussetzung fuuml;r eine gute Web-Prauml;senz sind, mouml;chte ich die beiden Begriffe ebenfalls kurz vorstellen. Anschlieszlig;end wird der Anlass zu der Kampagne von Greenpeace gegen Nestleacute; beschrieben und das Vorgehen der Organisation gegen Nestleacute; erlauml;utert. Welche Reaktionen des Konzerns und im Netz daraufhin ausgelouml;st wurden und wie sich der Lebensmittelriese hauml;tte besser verhalten kouml;nne, wird nachfolgend verdeutlicht. Zum Schluss der Arbeit wird eine kurze Zusammenfassung gegeben und ein Fazit gezogen.