



Inhaltsverzeichnis

Josh Bernoff, Ted Schadler

Empowered - Die neue Macht der Kunden

Wie Unternehmen und ihre Mitarbeiter Facebook & Co. nutzen können

Übersetzt aus dem Amerikanischen von Ingrid Proß-Gill

ISBN: 978-3-446-42698-6

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-42698-6>

sowie im Buchhandel.

INHALT

TEIL 1 HEROS 7

- 1 Weshalb Ihr Unternehmen HEROs braucht** 9
 - Lassen Sie sich von Ihren Beschäftigten helfen 13
 - Unternehmen und ihre HEROs 16
 - Der neue Groundswell 17
 - Wie man ein HERO-Unternehmen aufbaut 23

TEIL 2 WAS HEROS MACHEN 25

- 2 Projekte von HEROs** 27
 - Bei HEROs und ihren Projekten gibt es große Vielfalt 29
 - Wie man die Größe von HERO-Projekten beurteilt 32
 - Die sechs Projekttypen 35
 - An die HEROs 41
 - Ausblick: Der IDEA-Prozess 43
- 3 Analyse des Peer-Einflusses** 45
 - War Ihr letzter Kunde Dave Carroll? 46
 - IDEA: Eine Strategie für die Energisierung Ihrer Kunden 48
 - Wer sind die Massenbeeinflusser? 49
 - Massenvermittler leben im Augenblick und setzen sich mit ihren Freunden in Verbindung 50
 - Massenkenner hinterlassen einen dauerhafteren Eindruck 52
 - Der Peer-Einfluss hängt von der Produktkategorie ab 54
 - Analyse des Peer-Einflusses für Ford 57
 - Generationseinfluss 59
 - Was der Peer-Einfluss bedeutet: Die Kunden sind *nach* dem Kauf wichtiger 62
- 4 Kundendienst über den Groundswell** 65
 - Weshalb der Kundendienst Marketing ist 68
 - Eine neue Disziplin: Kundendienst über den Groundswell 69
 - Modelle für den Kundendienst über den Groundswell 71

Wer kleine Firmen als Kunden hat, muss das Marketing und den Kundendienst miteinander verbinden 74
Online-Communitys und Kundendienst 76
Effizientes Vorgehen beim Kundendienst über den Groundswell 81
Die Leute mit Informationen versorgen, damit sie glücklich bleiben 83

5 Mobile Applikationen: Informationen für die Kunden 85
Wer macht Ihre Kunden stark? 87
Welchen Nutzen kann man aus mobilen Applikationen ziehen? 90
Benutzung der POST-Methode für die Planung Ihrer Handystrategie 91
Erzielung einer größeren Reichweite durch SMS 98
Applikationsstrategien 101
Globale Handystrategien 103
Welchen Risiken setzen sich Unternehmen aus, wenn sie keine mobile Applikation entwickeln? 104
Glückliche Kunden zum Sprechen bringen 105

6 Verstärkung der Fans 107
Gutes Mundpropaganda-Marketing 109
Die fünf Schritte beim Fan-Marketing 111
Von den Fans lernen 122
Fazit 125

TEIL 3 HERO-UNTERNEHMEN 127

7 Do-it-yourself-Technologie als Treibstoff für den HERO-Pakt 129
Der HERO-Pakt: IT-Abteilung, Manager und HEROs 131
Do-it-yourself-Technologie am Arbeitsplatz 139
Umsetzung des HERO-Pakts 146

8 Ist Ihr Unternehmen für HEROs bereit? 149
Was Ihr Unternehmen braucht, damit Ihre HEROs effektiv sein können 151
Wie Sie die Kultur und Bereitschaft Ihres Unternehmens verbessern können 158
Wie das Management und die IT die HEROs unterstützen können 161

9 Führung und Management von HEROs 163
Die Spannung zwischen Chaos und Management 165

- Führung, die HEROs hervorbringt und den strategischen Zielen dient 166
- Weshalb funktionsübergreifende Councils sinnvoll sind 171
- Weshalb Systeme so wichtig sind 173
- 10 Wie man den HEROs bei der Innovation helfen kann 175**
- Die Schlüsselfaktoren bei der Innovation: Schnelligkeit, Zusammenarbeit und Systeme 177
 - Große und stützende Innovationen 181
 - Innovation, Zusammenarbeit und der HERO-Pakt 183
- 11 Den HEROs die Zusammenarbeit erleichtern 185**
- Die beiden wichtigsten Seiten von Zusammenarbeit: Menschen und Informationen 188
 - Bei Sharing-Systemen braucht man den richtigen Plan *und* die richtige Durchführung 192
 - Das Management und die IT müssen die HEROs gemeinsam unterstützen 199
- 12 HEROs als Risikofaktor 201**
- Die neuen Aufgaben der IT-Gruppen 203
 - Wie man HEROs und ihre Unternehmen sicher machen kann: Richtlinien und Aufklärung 207
 - Beurteilung, Management und Abschwächung des Risikos 211
 - Wann man zu HEROs Nein sagen muss 213
 - Von der Verhinderung zur Unterstützung 215
- 13 Unterstützung der HEROs bei der technologischen Innovation 217**
- Die IT-Experten und die HEROs tragen gemeinsam die Verantwortung für die im Unternehmen benutzte Technologie 219
 - Die neue Aufgabe der IT-Experten: Das Wachstum des Unternehmens durch Unterstützung der HEROs fördern 221
 - Ausblick: Ihre persönliche Rolle 230
- 14 Der Weg zum HERO-Unternehmen 233**
- Ist Ihr Unternehmen so wie Sun Life? 235
 - Woher weiß ich, ob mein Unternehmen dem Ideal näher kommt? 235
 - Was soll ich machen, wenn mein Unternehmen noch nicht so weit ist? 238
 - Die Sache lohnt sich! 242

ANHANG 245

Anmerkungen 246

Dank 254

Verzeichnisse der Fallbeispiele 256

Über die Autoren 260

INDEX 263