

Buch-Tipp

„Online-PR im Web 2.0“

Herausgegeben von Thomas Pleil. 2007

Das Internet hat den Alltag verändert. Auch die Arbeit von PR-Fachleuten ist durch das weltweite Netz eine andere geworden.

Einen Einblick in die Online-PR von Wirtschaft und Politik bietet das Buch „Online-PR im Web 2.0“.

Weltkonzerne wie Siemens oder BMW, aber auch kleine und mittlere Unternehmen, haben bereits ausgiebig Erfahrungen mit PR-Instrumenten im Internet, und auch im Web 2.0, gemacht. Das von Thomas Pleil herausgegebene Buch bündelt 15 Beispiele u.a. zu den Themen Social Software als Kommunikationsmittel, Corporate Blog und Corporate Podcast.

Deutlich wird dabei, dass das Web 2.0 wunderbare Möglichkeiten der Unternehmenskommunikation bietet, egal ob für die Kundenbindung, für die Personalsuche oder zur Imapepflege. Genau so deutlich wird aber auch, dass neue Herausforderungen entstanden sind und bei der Online-PR allerhand schief gehen kann.

„Online-PR im Web 2.0“.
Herausgegeben von Thomas Pleil.
UVK Verlagsgesellschaft in Konstanz.
Das Buch kostet 29,- €.