

Der Augenoptiker als Eigenmarke im World Wide Web

Handlungsempfehlungen im Web 2.0

Literatur

- [1] Markt Intern (2010); O/ Das graue Schaf 2. Auflage, Düsseldorf: Markt Intern Verlag GmbH
- [2] Paul, P. (2011); Reputationsmanagement im Social Web, Norderstedt: Books on Demand
- [3] Schweiger, G.; Schrattenecker, G. (2005): Werbung, 6. neu bearbeitete Auflage, Stuttgart: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH; Seite 80
- [4] Davis; M (2009); Grundlagen des Brandings, Stiebner Verlag GmbH, München; Seite 12
- [5] Sauldie, S. (2012); Mit 140 Zeichen Aufmerksamkeit erregen, g'plus: Die Gärtner-Fachzeitschrift Ausgabe 11/2012; S.23
- [6] New Communication (2010; Neue Studie: Worüber sprechen Kunden stationärer Händler im Internet, Pressemitteilung, Online im Internet: http://www.new-communication.de/fileadmin/user_upload/Static_Navigation/Presse/pdf/stationaere_haendler_03_10.pdf [Stand 26.03.2010]
- [7] Dieterle, Prof. Dr; Seminar Unternehmensgründung. TFH Wildau
- [8] O'Reilly, T (2007); Media Communications & Strategies, No. 1; p. 17
- [9] Weinberg, T. (2010); Social Media Marketing, Köln: O'Reilly Verlag; Seite 2
- [10] Hippner, H.; Wilde, K. (2006); Grundlagen des CRM, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler; S. 7f
- [11] Kroker, M (2014); Was im Internet innerhalb von 60 Sekunden passiert – ein Jahr später; <http://blog.wiwo.de/look-at-it/2014/07/16/was-im-internet-innerhalb-von-60-sekunden-passiert-ein-jahr-spaeter/> [20.07.2014]
- [12] Qmeee (2014); <http://blog.qmee.com/online-in-60-seconds-info-graphic-a-year-later/> [08.07.2014]
- [13] Bitkom (2013); Das Internet macht Unternehmen erfolgreich; http://www.bitkom.org/files/documents/Presseinfo_PK_BITKOM_IW_Google_Studie_Wirtschaft_Digitalisiert_10_04_2013.pdf
- [14] Iroi; Strategisches Internetmarketing-Kundengewinnung über das Internet
- [15] Buss, A. (2009); Internet Marketing, München: Markt+Technik Verlag; S.45f
- [16] <https://www.facebook.com/Specsavers?fref=ts>
- [17] Döring, N. (2003); Sozialpsychologie des Internet 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Göttingen: Hogrefe-Verlag GmbH & Co.KG; S.155
- [18] Duden (2013); Shitstorm, der, Online im Internet: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Shitstorm> [Stand 13.02.2013]
- [19] Firsching, J (2013); Studie: 48 % der Deutschen Internetnutzer besuchen keine Präsenzen von Marken in sozialen Netzwerken; <http://www.futurebiz.de/artikel/studie-48-der-deutschen-internetnutzer-besuchen-keine-prasenzen-von-marken-in-sozialen-netzwerken/>
- [20] <https://www.kununu.com/info/ueber>
- [21] <http://www.kununu.com/unternehmen/hilfe/proaktiv>
- [22] Mattgey, A. (2013); Recruiting - Kununu: "Fake-Bewertungen schädlicher als Frust-Postings,": http://www.lead-digital.de/aktuell/work/kununu_fake_bewertungen_schaedlicher_als_frust_postings
- [23] https://www.xing.com/companies/contract/select_package
- [24] Czycholl, H. (2014); Kommunikation-Twitter ist für Unternehmen Chance und Risiko; <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/mittelstand/kommunikation-twitter-ist-fuer-unternehmen-chance-und-risiko-seite-all/3259670-all.html>
- [25] <https://www.facebook.com/business/overview>
- [26] <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/70189/umfrage/nutzer-von-facebook-in-deutschland-seit-2009/>
- [27] [http://de.wikipedia.org/wiki/Yelp_\(Website\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Yelp_(Website))
- [28] <http://www.yelp.de/>
- [29] <https://biz.yelp.de/>
- [30] <http://www.jobambition.de/yelp-nachrichten-unternehmen/>
- [31] <https://support.google.com/business/answer/4566606?hl=de>
- [32] <http://de.wikipedia.org/wiki/Google>
- [33] Zschunke P. (2007); Googeln im neuen Duden. In: Stern.de. Archiviert vom Original am 16. August 2007, abgerufen am 7. Februar 2007
- [34] COMPASS HEADING GmbH (2011); <http://www.compass-heading.de/cms/die-ruckkehr-des-stationaren-einzelhandels/>
- [35] Bitkom (2013); http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Presseinfo_Location_Based_Services_23_08_2013.pdf
- [36] <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Relevanzkriterien>
- [37] Boss, T.M. (2013); SOCIAL SOFTWARE - Nutzung des Mikroblogging-Dienstes Twitter durch filialisierte Augenoptik Unternehmen: Studienarbeit, Norderstedt, Books on Demand
- [38] <http://de.wikipedia.org/wiki/Nosch>
- [39] Birkigt; Funck; Stadler (2002); Corporate Identity; moderne industrie