
Inhaltsverzeichnis

1	Ursprung und Relevanz von Shitstorms	1
2	Aufbau des Corporate Shitstorm Managements	5
3	Schritt 1: Optimierung des Set-up	7
4	Schritt 2: Durchführung der Situationsanalyse	11
5	Schritt 3: Wahl der Unternehmensreaktion	15
6	Schritt 4: Berücksichtigung von Stakeholder-Kultur und Entscheidungsmotivation	23
7	Schritt 5: Kommunikation der Unternehmensreaktion	27
8	Schritt 6: Überwachung der Konsequenzen	31
	Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können	35
	Literatur	37



<http://www.springer.com/978-3-658-10494-8>

Corporate Shitstorm Management
Konfrontationen im Social Web professionell managen
Beham, F.
2015, IX, 37 S. 8 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-10494-8