

mitp



SOCIALNOMICS

WIE
SOCIAL MEDIA
WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT
VERÄNDERN

ERIK QUALMAN

Index

Numerisch

140-Zeichen-Welt 133

A

ACME Travel 103, 162
AdWords 191
Affinity Marketing 129
Aflac 191
Agarwalla-Brüder 157
Aktiver monatlicher Anwender 108
A-Lister 143
American Airlines 205
Anderson, Chris 19
Armstrong, Lance 143
Arrington, Michael 51
Ask 25
Avatar 121

B

Bacon Salt 41
Banner-Werbung 195
BarackObamadotcom 76

Barton, Rich 219
Ben & Jerry's 83
Berman, Jeff 187
Berry, Matthew 134
Bezos, Jeff 129
Bibliotheken
 und E-Books 116
Bind 25
BlackBerry 82
Blair, Tony 126, 178
Blogging 31, 177
Buck, Karl James 179
Buckingham, Marcus 120
Budweiser 208
Bush, George 82
Buzz 85
Buzz-Index 78

C

CBS 156
Chicago Tribune 37
Chief Technology Officer 76
Clinton, Hillary 76
CNN 140

Coca Cola 72
 in Second Life 168
 Companion Credit Union 111
 Content
 in Echtzeit anpassen 151
 integrierte Werbung 137
 Cookie 95, 196
 Crackberry 82
 Crackberry-Syndrom 21
 Crawford-Hentz, Maureen 216
 CTO 76
 Cutts, Matt 126
 Cybermobbing 122

D

Dancing Matt 43
 Del Conte, Natalie 212
 Dell 54
 Diet-Coke-Experiment 72
 Donnelly, Michael 168
 Doppelarbeit 96
 Drew, Lori 122

E

Eagle Eye 135
 Ebersol, Dick 147
 E-Book-Reader 112
 E-Books 112
 Echtzeit-Feedback 151
 E-Commerce-Modelle 194
 Egosurfing 53
 Eltern und Kinder 50
 E-Mail
 Socialnomics 62
 und Social Media 62
 Empfehlungsmarketing 128
 Esch, Justin 41
 ESPN 133

F

Facebook 49
 aktiver monatlicher Anwender
 108
 API 103
 John Deere 171
 Kontaktanbahnung 63, 65
 Suchmaschinenoptimierung 170
 Facebook Connect 212
 Fader, Peter 158
 Fallstricke
 Socialnomics 167
 Familie 50
 Fanseite 162, 170
 Fantasy Football Today 134
 FEAR 189
 Fehlverhalten 120
 Fernsehen
 Internet 150
 Follower 142

G

Generation X 119
 Generation Y 68
 Geodaten 113
 Gerzema, John 92
 Geschäftsmodell
 YouTube 186
 Geschäftsnetzwerke 214
 Gesundheitsbereich
 Social Media 99
 Gewinner 228, 229
 Gleichheit 42
 Google 25
 Flop bei olympischen Spielen 149
 Grippeepidemien 78
 Social Networks 190
 Google AdWords 191

Google Insights 80
 Google Maps 40
 Google SearchWiki 25
 Grippeepidemien erkennen 78

H

Harding, Matt 43
 Harmon, Brian 105
 Hasbro 157
 Hashtag 86
 Hawkins, Dan 123
 hi5 49
 Honigtopf 124
 Hoover 184
 Hulu 152, 155

I

Ich-Suche 53
 Internet
 Fernsehen 150
 Internet-Werbung 193

J

Jane, die Bloggerin 31, 35
 Jarvis, Jeff 51, 54
 JetBlue 52
 John Deere
 Facebook 171
 johnmccaindotcom 76
 Journalismus
 und Social Media 204
 Jump the shark 106

K

Kaufentscheidungen
 Social Media 92

Käufer, Steve 93, 108
 Kilar, Jason 152
 Klecak, Niksa 124
 Klick-Werbung 195
 Kollaboration 41
 Kommunikation
 Zwei-Wege-Kommunikation 81
 Kontakthanbahnung 63, 65

L

Lefkow, Dave 41
 Li, Charlene 210
 LinkedIn 214
 Los Angeles Times 37
 Lufthansa 205

M

Malone, Thomas W. 79
 Markenpolitik 70
 Socialnomics 192
 Markenwerbung 126
 Marketing
 alte Metriken 147
 Empfehlungsmarketing 128
 in den Social Media 127
 Social Media 91
 überholte Modelle 102
 virales 94
 Marketing Evolution 93
 Masters-Turnier 156
 Mayer, Marissa 190
 McGurn, Kevin 155
 McQuivey, James 186
 Mediate, Rocco 147
 Mentos
 Diet Coke 72
 Metriken
 im Marketing 147

Microblogging 51, 59, 86, 142
 Mikroerträge 42
 Millennials 68
 Morin, Dave 126
 Multiple individuelle Redundanz
 96
 MySpace 41, 49

N

Nabel der Werbewelt 45
 Nachrichten 26
 Napster 146
 NBC 75
 Flop mit olympischen Spielen
 147
 New York Times 30, 38, 112
 Newsom, Gavin 83
 Nielsen 91
 NielsenOnline 152
 Nike 60

O

O'Brien, Ray 111
 Obama, Barack 75, 189
 Öffentlichkeit 34
 Olympische Sommerspiele 146
 Online-Reiseagenturen 94

P

Pay-per-Klick 191
 PC Mag 28
 PC Magazine 28
 Persona 119
 Personalwesen
 Social Media 212
 Placement 114
 Plummer, Joseph 169

Powell, Colin 75
 Präventives Verhalten
 Teenager 50
 Unternehmen 51
 Preroll-Werbung 191
 Priceline 180
 Printmedien 115
 Product Placement 114
 Push-Marketing 194

R

Raghavan, Prabhakar 79
 Ranking 171
 Ravitz, Nate 134
 Reality Social Media 228
 Reich, Brian 77
 Reisevermittlung 94
 Relevanzproblem
 bei Suchmaschinen 200
 Robbins, Ken 96

S

Sabine Supermarkt 22
 Sanader, Ivo 124
 Sanchez, Rick 140
 Sandberg, Sheryl 212
 Saturday Night Live 26
 Scandinavian Airlines 206
 Scott, Cas 111
 Scrabble 157
 Scrabulous 157
 Second Life 121
 Coca Cola 168
 Eheprobleme 203
 Seifenoper 137
 Selbstdarstellung 59
 auf Twitter 144
 Sims 121

- Simsen 86
 - Simulationsspiele 121
 - Slingbox 155
 - SlingCatcher 155
 - Smith, Greg 153
 - Social Commerce 91, 190
 - Social Graph
 - Macht 109
 - Social Media 19, 227
 - Beziehungen aufbauen 61
 - demografische Daten 198
 - E-Books 112
 - Gesundheitsbereich 99
 - Journalismus 204
 - Kaufentscheidungen 92
 - Marketing 91
 - Nachteile 69
 - Obama-Kampagne 75
 - Personalwesen 212
 - präventives Verhalten 49
 - Selbstdarstellung 59
 - Selbstverbesserung 66
 - soziale Rollen 119
 - Spezialisierung 125
 - Sprachverkümmern 203
 - Tracking 108
 - Transparenz 119
 - und E-Mail 62
 - und Suchmaschinen 24
 - Zwei-Wege-Kommunikation 81
 - Social Search
 - Suchen 190
 - Socialnomics 139
 - E-Mail 62
 - Fallstricke 167
 - Gewinner 228, 229
 - Markenpolitik 192
 - Verlierer 228, 230
 - Werbung 183
 - Zusammenfassung 227
 - Soziale Geschäftsnetzwerke 214
 - Soziale Rollen
 - Social Media 119
 - Spears, Britney 143
 - Spezialisierung
 - Social Media 125
 - Sprachverkümmern 203
 - Starbucks 83
 - Status-Update 22
 - Steckerl, Shally 216
 - Stellensuche 215
 - Stone, Biz 179
 - Stride 43
 - Stride Gum 44
 - Subway 101
 - Suchen
 - als bezahlte Tätigkeit 181
 - Social Search 190
 - Suchmaschinen 182
 - pro Klick-Bezahlung 184
 - Relevanzproblem 200
 - Trendanalyse 78
 - und Social Media 24
 - Suchmaschinenagentur 184
 - Suchmaschinenoptimierung
 - für Facebook 170
- ## T
- Tagging 192
 - Teenager
 - präventives Verhalten 50
 - Teilhabe 142
 - Tracking 108, 196
 - Transparenz
 - durch Social Media 119
 - Trendanalyse
 - mit Suchmaschinen 78
 - Tribune Company 37
 - TripAdvisor 105

Tweet 140

Twitter 49, 143, 179

Twittern 143

U

Ulliot, Craig 104

Unternehmen

präventives Verhalten 51

US-Army 87

V

Vanity search 53

Varian, Hal 79

Verhaltenskontrolle 120

Verlierer 228, 230

Viacom 187

Videos

Tagging 192

View-Through-Verkäufe 196

Virale Wirkungen 46

Viraler Buzz 85

Virales Marketing 94

Virales Potenzial 37

W

Wahlbeteiligung 68

Wall Street Journal 30

Wave 26

Webisode 163

Werbung

Banner-Werbung 195

Ein-Weg-Botschaften 220

in Content integriert 137

in Social Networks 161

Socialnomics 183

verpasste Gelegenheiten 149

Where I've Been 105

Wikipedia 41

Wikipedia, Qualität 39

Woods, Tiger 147

X

Xing 214, 216

Y

Yahoo! 25, 78

Yammer 41

YouTube 44

Geschäftsmodell 186

Obama 76

YouTube Analytics 151

Z

Zeitschriften 27

Zeitungen 27

Zensur 124

Zucker, Jeff 150

Zuckerberg, Mark 157

Zusammenarbeit 41

Zwei-Wege-Kommunikation 81