

**Social Media im
Versicherungswesen**



Autor: S. Jauernig, G. Heisenberg, M. Selbst, S. Wiegand

Verlag: Verlag Versicherungswirtschaft

Umfang: 132 Seiten

Preis: 39,00 Euro

ISBN: 978-3-89952-964-7

Social Media im Versicherungswesen

Die sozialen Medien bieten auch im Versicherungswesen vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Wie sich die Instrumente erfolgreich in der Versicherungsvermittlung einsetzen lassen, zeigt das neue Buch „Social Media im Versicherungswesen“. Neben Grundlagen und einem Überblick der Anwendungsformen bietet der Band praktische Fallbeispiele von Social-Media-Anwendungen aus der Versicherungsvermittlung. Überdies schildern die Autoren Stefan Jauernig, Gernot Heisenberg, Maren Selbst und Silke Wiegand Anwendungsszenarien von Versicherungsgesellschaften aus dem In- und Ausland. Die Bandbreite reicht von den sozialen Medien Snapchat, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, XING, Pinterest bis hin zu Blogs und Social-Media-Newsrooms. Die Autoren erläutern, wie sich Social-Media-Kampagnen planen und durchführen lassen, und gehen dabei auch auf den Einsatz von externen Agenturen und Dienstleistern ein. Außerdem verdeutlicht das Buch, welche Bedeutung dem Monitoring bei Social Media zukommt und welche Kriterien bei der Beauftragung einer Agentur für das Monitoring ausschlaggebend sind.