Réseaux sociaux

Social Business – Von Communities und Collaboration, Social Media auf dem Weg ins Unternehmen, Praxisorientierter Leitfaden

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4741>

DOI : 10.4000/rea.4741

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2014

Pagination : 44

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

« Réseaux sociaux », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 114 | octobre 2014, mis en ligne le 01 octobre 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4741> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rea.4741>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© CIRAC

Réseaux sociaux

Social Business – Von Communities und Collaboration, Social Media auf dem Weg ins Unternehmen, Praxisorientierter Leitfaden

RÉFÉRENCE

ATCHISON Annabelle, MICKLEIT Thomas, ROSSI Carsten (Hg.), *Social Business – Von Communities und Collaboration, Social Media auf dem Weg ins Unternehmen, Praxisorientierter Leitfaden*, Frankfurter Allgemeine Buch, Francfort/Main, 2014, 312 p.

- 1 Les médias sociaux tels Facebook, Twitter et YouTube ont radicalement transformé notre façon de communiquer. De plus en plus, les entreprises s'en inspirent et mettent en place des plates-formes pour stimuler les échanges en interne et avec les clients, ou encore pour accélérer les process innovants. Les contributeurs de ce livre – managers, conseillers en communication et chercheurs – livrent des clés pour y parvenir. (Solène Hazouard)