



Corporate Blogging

Bloggen für mein Unternehmen

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Träger des BIEG Hessen



Frankfurt am Main
Fulda
Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern
Offenbach am Main



Was ist ein Blog?

Ein Blog (die Kurzform von engl. Web-Log, im deutschen so viel wie Netz-Logbuch) ist eine Website, auf der mittels einfachster Handhabung Einträge (Texte, Bilder, Videos) von hoher Aktualität publiziert werden können.

Anfänglich hauptsächlich von Privatpersonen als Tagebuch genutzt, entdecken aktuell immer mehr Unternehmen den Blog als ein geeignetes Medium, um mit den Kunden in Verbindung zu treten und zu bleiben.

Ein großer Vorteil von Blogs: Beide Seiten können darin schreiben. Denn nicht nur der Blog-Betreiber hat die Möglichkeit etwas zu veröffentlichen, sondern auch der Leser kann den Blog aktiv nutzen, indem er die Einträge oder Meldungen kommentiert, kritisiert oder lobt.

Worin besteht der Nutzen?

Der wichtigste Grund für ein Unternehmen: der direkte und unmittelbare Kontakt zu Kunden oder Interessenten. Mittels eines Blogs wird eine neue Kommunikations- und Interaktionsebene zwischen Unternehmen und Kunden erschlossen.

Die Palette der Nutzungsmöglichkeiten ist breit gefächert. Neue Produkte lassen sich direkt empfehlen, Informationen, nützliche Tipps oder geänderte Öffnungszeiten können kommuniziert werden, auch Unterhaltendes aus dem Arbeitsalltag oder Bilder „hinter den Kulissen“ finden auf diesem Weg eine Form der Präsentation.

Achtung: Damit Unternehmen und Kunde/Interessent sich im Blog auf Augenhöhe begegnen können, sollte er nicht ausschließlich als Werbeplattform dienen. Ein Lob, ein Tadel oder ein Nachhaken ist für den Leser jederzeit und direkt möglich, woraufhin wiederum das Unternehmen direkt reagieren kann. Die Kommunikation mittels eines Blogs ist schnell, einfach und transparent.

Wie funktioniert es?

Die Installation eines Blogs kann über eines der vielzähligen kostenlosen Blogsystemen erfolgen (OpenSource).

Das wohl gängigste unabhängige Blogsystem ist Wordpress (www.wordpress-deutschland.org). Auf Basis der Wordpress-Software lassen sich verschiedene Designtemplates verwenden und bearbeiten. Eine Vielzahl möglicher und vor allem nützlicher Zusatzfunktionen (Extensions) steht zur Verfügung. Zudem kommt man durch die große Nutzergemeinschaft an viele Tipps und Unterstützung bei der Verwendung des Blogsystems und zum Bloggen allgemein.

Interne Organisation des Blogs

Bevor der Blog an den Start geht, sollten intern einige organisatorische Fragen geklärt werden.

Hat das Unternehmen genug Themen, über die es bloggen kann? Welcher Inhalt soll veröffentlicht werden und in welchen Zeiträumen? Wer werden die Autoren des Blogs sein?



Es empfiehlt sich, einen Blog-Verantwortlichen zu bestimmen, der die Organisation des Blogs und die Redaktion der Artikel und Kommentare übernimmt. Ihm können andere Autoren zuarbeiten. Neben der Verteilung der Aufgaben sollte ein Redaktionsplan für mindestens sechs Monate im Voraus erstellt werden, der Themen und Erscheinungstermine festlegt. Oft kann man sich an saisonalen Ereignissen orientieren oder kontextbezogene Veranstaltungen als Aufhänger benutzen. Auch Serien zu einem Thema, die regelmäßig erscheinen, liefern eine gute Grundlage.

Wie und was bloggen?

Das wichtigste Merkmal, das einen Blog auszeichnet, ist die Aktualität. Eine regelmäßige, möglicherweise wöchentliche Bearbeitung und Aktualisierung von Beiträgen ist ein Muss – bleiben Sie dran!

Ein Blog ist so etwas wie Infothek, Werbespot und Unternehmensrundgang in einem, kein trockener Vortrag oder eine Gebrauchsanweisung. Wählen Sie einen spannenden und lebhaften Schreibstil, denken Sie daran, nah an Ihrem Kunden zu bleiben.

Dass ein Blog öffentlich ist und jeder Leser einen Eintrag im Blog kommentieren kann, mag auf den ersten Blick abschrecken. Aber gerade darin liegt einer der großen Vorteile von Blogs. Bleiben Sie auch bei Kritik offen und freundlich. Der souveräne und ehrliche Umgang mit Kritik nimmt dem Kritiker den Wind aus den Segeln und zeigt

dort, wo es jeder sehen kann, dass Sie sich um einen fairen Umgang mit den Kunden bemühen.

Kommentare produzieren und verfassen

Die Kommentarfunktion dient dem Austausch unter Autoren und Lesern. Um Reaktionen herauszufordern, sollte der Artikel eine Frage beinhalten oder eine Thematik behandeln, die zu Diskussionen anregt.

Das Kommentieren in anderen Blogs stellt eine wertvolle Möglichkeit dar, den eigenen Blog bekannter zu machen. Es empfiehlt sich, in themenrelevanten Blogs Kommentare zu hinterlassen, um das richtige Publikum auf seine eigene Seite zu verweisen. Dabei ist es besonders wichtig, keine Werbebotschaften zu hinterlassen, denn das wird in der Blogosphäre hart kritisiert – schnell hat man seinen Ruf als „Spammer“ weg. Stattdessen sollte man in seinen Kommentaren auf den Artikel eingehen, ihn ggf. ergänzen oder eine Frage dazu stellen. Man darf auch dem Verfasser widersprechen, was natürlich in der Formulierung der gängigen Netiquette entsprechen sollte.

Nimmt man Bezug auf einen eigenen Artikel zum selben Thema, ist das Einfügen eines Links zum eigenen Blog erlaubt.

Was ist ein Trackback?

Ein Trackback ist ein Hinweis eines anderen Blogs oder einer Website auf einen Beitrag, der sich auf einen Artikel im eigenen Blog bezieht. Trackbacks sind sehr wichtig für das Blogsystem,



da sie für die Verbreitung der Informationen sorgen. Zudem wirken sie sich positiv auf das Suchmaschinenranking aus.

Integriert man innerhalb des eigenen Beitrags einen Trackback-Link auf einen externen Artikel, wird auf vielen Blogging-Plattformen automatisch beim verwiesenen Artikel ein Kommentar oder Hinweis Trackback auf Ihren Beitrag gesetzt.

RSS-Feed

Ein RSS-Feed muss man sich wie eine moderne Variante des Newsletters vorstellen. Anstatt über die E-Mail-Adresse kann man das RSS-Feed bequem per Knopfdruck abonnieren. Nun erhalten die Leser alle Artikel der abonnierten Blogs über einen FeedReader. Der FeedReader ist ein meist kostenloses Programm ähnlich dem E-Mail Programm. Über ihn können mehrere Feedabonnements abgerufen und verwaltet werden.

Tags

Tags sind frei wählbare Stichwörter, die den Artikeln zu einer besseren Strukturierung verhelfen. Durch einen Klick auf einen der Tags werden alle Artikel angezeigt, die ihm zugeordnet sind.

Als zusätzliches Feature bietet sich die Darstellung einer Tagcloud an - einer Darstellung der auf dem Blog verwendeten und verlinkten Tags, in der besonders populäre Themen visuell hervorgehoben werden.

Dos and Don'ts

- Bloggen Sie mit Fokus auf Ihre Zielgruppe.
- Erstellen Sie interne Verhaltensregeln fürs Bloggen
- Gehen Sie mit Kritik in den Kommentaren konstruktiv um, anstatt sie einfach zu löschen.
- Bleiben Sie persönlich und fassbar für den Leser und nutzen Sie den Blog nicht als reine Werbetrommel. Geben Sie Ihrem Unternehmen durch den Blog ein Gesicht.
- Bloggen Sie keine Pressemitteilungen. Möchten Sie Ihre Leser auf den Inhalt der Mitteilung trotzdem aufmerksam machen, dann formulieren Sie die Mitteilung so um, dass sie den Leser unterhält.
- Vermarkten Sie Ihren Blog zusätzlich auf anderen Social Media Kanälen wie Twitter, Facebook & Co.
- Verlinken Sie Ihren Blog in Ihrer E-Mail-Signatur.
- Variieren Sie den Content. Benutzen Sie nicht nur Text, sondern arbeiten Sie mit Videos und Bildern. Idealerweise binden Sie die Videos über YouTube (www.youtube.com) ein und Bilder über FlickrR (www.flickr.com) - so decken Sie automatisch weitere Social Media-Kanäle ab.
- Beobachten Sie den Traffic auf Ihrem Blog, um Ihre Zielgruppe identifizieren und das Interesse an den einzelnen Artikeln zu analysieren.



Stand: Juli 2011

Autorin:

Iris M. Becker

ARTUS GmbH

Frankfurt am Main

www.artus.com



Für was steht BIEG Hessen?

BIEG Hessen steht für Beratungs- und Informationszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr. Das BIEG Hessen ist eine gemeinsame Einrichtung der Industrie- und Handelskammern Frankfurt am Main, Fulda, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern und Offenbach am Main. Wir sind eines der Kompetenzzentren, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert werden.

Aufgaben des BIEG Hessen

Das BIEG Hessen hat zur Aufgabe, kleine und mittlere Unternehmen aller Branchen auf dem Weg zu Internet und E-Business neutral zu unterstützen. Wir verstehen uns als Plattform für Anbieter und Nachfrager und wollen dazu beitragen, dass Barrieren abgebaut und Chancen aufgezeigt werden. Das BIEG Hessen ist eine Anlaufstelle für Unternehmer sowie Kommunikator und Koordinator für den elektronischen Geschäftsverkehr.

BIEG Hessen

Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main
Telefon 069 2197-1380
Telefax 069 2197-1497
info@bieg-hessen.de

Auf unsere Internetseite www.bieg-hessen.de finden Sie weitere Leitfäden, Checklisten und Fachartikel zu den Themen Internet und E-Commerce.