

Klaus Eck

# Corporate Blogs

Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden

**orellfüssli Verlag AG**

# Inhalt

Vorwort 9

Das Ende der Einbahnstraße	15
Was ist ein Weblog?	16
Neue Lesegewohnheiten erforderlich	17
Rasantes Wachstum der Blogger-Welt	18
Das Mitmach-Web	20
Die neue Kundengeneration	21
Angstfrei den Online-Dialog wagen	23
Schreiben Sie noch oder bloggen Sie schon?	24
Die Business-Blogosphäre	27
Die Glaubwürdigkeit von Corporate Blogs	30
Auswirkungen auf die Unternehmens- strukturen	33
Corporate Blogs im erfolgreichen Einsatz	34
Wenn der Chef höchstpersönlich bloggt - CEO-Blogs in der Praxis	42
Die Krisen-PR entdeckt die Blogger	50
Checkliste: Der richtige Umgang mit Kritik	66
Das Ende einer Dienstfahrt - Beschwerden via Blogs	68
Blog-Monitoring	70
Checkliste: Die Relevanz von Weblogs	73
Blogs abonnieren	73
Abmahnungen an Blogger	77
Kundengespräche mit Bloggern	79

So starten Sie erfolgreich ein Corporate Blog	85
Checkliste für den Blog-Start	89
Technische Voraussetzungen	92
Einsatzmöglichkeiten für Blogs	94
Inhalte, die ankommen	97
Checkliste: Immer an die Leser denken	97
Aktualität, Qualität und Anzahl der Beiträge sind entscheidend	100
Exkurs: Bloggen im Intranet	102
Keine Angst vor negativen Kommentaren	105
Checkliste: Der richtige Umgang mit Trollen	108
Wie Blogs sich untereinander vernetzen	109
Mehr Google-Relevanz durch richtiges Bloggen	110
Entscheider entdecken das Bloggen	112
Checkliste: Die besten Tipps für Ihr Blog-Zeitmanagement	114
Kundenfeedback nutzen	116
Checkliste: So erhalten Sie Blog-Kommentare	117
Kampf den Spammern	120
So gestalten Sie Ihre Kunden- kommunikation persönlicher	122
Warum Sie eine Blog-Guideline benötigen	124
Checkliste: Punkte, die Ihre Blog-Policy beinhalten sollte	131
So motivieren Sie Ihre Mitarbeiter zum Bloggen	133
Checkliste: So machen Sie Ihre Mitarbeiter zu Bloggern	135
Exkurs: Blog-Marketing für Veranstaltungen	136
Blog-Monitoring selbstgemacht	139

Webcontrolling für die Besucheranalyse	<b>148</b>
Bekannter werden durch Blog-Promotion	<b>150</b>
Checkliste: Tipps für Ihre Blog-Promotion	<b>156</b>
Checkliste: Fragen zur Konzeption eines Corporate Blogs	<b>159</b>
<b>4</b> Ein Blick in die Zukunft	<b>163</b>
Podcasting in der Unternehmens- kommunikation	<b>172</b>
Neues Medienverhalten der Social Networker	<b>176</b>
<b>Anhang</b>	<b>179</b>
Glossar	<b>179</b>
Ausgewählte Beispiele für Corporate Blogs	<b>186</b>
Literaturverzeichnis	<b>189</b>