

# CHECKLISTE    Der Weg zum Corporate Blog

- **Ziel und Hauptaussagen sowie Zielgruppe des Blogs definieren**
- **Hauptverantwortliche bestimmen:** Benennen Sie ein oder zwei Mitarbeiter, die sich um die Organisation des Blogs kümmern: Dazu gehören die Akquise von Autoren, die Pflege eines Redaktionsplans sowie ganz praktische Aufgaben, wie das Redigieren von Texten oder das Freischalten der Kommentare.
- **Idee firmenintern vorstellen und bei der Geschäftsleitung verankern:** Suchen Sie sich Mitstreiter aus allen Abteilungen und sorgen Sie für realistische Zielsetzungen.
- **Budget festlegen:** Keine Angst, auch mit wenig finanziellen Mitteln können Sie ein lesenswertes Blog starten.
- **Anforderungen klären, Software auswählen und ggf. technische Unterstützung suchen:** Je nach Budget sollten Sie technische Fragen besser auslagern - so können Sie sich besser um die Inhalte kümmern. Oder Sie haben zufällig einen WordPress-Profi in Ihrem Unternehmen? Umso besser!
- **Layout skizzieren, Themen und Kategorien festlegen:** Versuchen Sie, zwei bis drei Themencluster zu bilden und und deklinieren Sie davon ausgehend jeweils etwa zehn mögliche Blogbeiträge durch. So bekommen Sie ein Gefühl für die Ausrichtung des Blogs, ohne die Aussagen zu verwässern.
- **Feste Bestandteile des Blogs texten bzw. vorbereiten:** Impressum, About-Seite, Autorenprofile (soweit bereits bekannt), Blogroll, ggf. Netiquette und FAQ
- **Technische Umsetzung:** Blog installieren und einrichten bzw. an entsprechende Spezialisten weitergeben
- **Autoren suchen:** Ein Corporate Blog darf keine reine Marketingveranstaltung sein. Am besten ist es, wenn es Ihnen gelingt, alle Bereiche des Unternehmens einzubeziehen - von der Führungsetage bis zur Entwicklungsabteilung, vom Außendienstmitarbeiter bis zur Produktion. Ermutigen Sie alle, ihren Teil beizutragen - und begleiten Sie das Bloggen mit einem gründlichen Briefing aller.
- **Redaktionsplan erstellen:** Klingt furchtbar unspontan, hilft aber, die geplanten Inhalte zu koordinieren und auch Ausfallzeiten - z.B. bei plötzlicher Erkrankung eines Autors - zu überbrücken.
- **Schreiben:** etwa zehn erste Blogbeiträge »auf Halde« texten und ins System einstellen, sukzessive veröffentlichen.
- **Blog bekannt machen:** Erwähnung in Newslettern, E-Mail-Signaturen, auf der Website und allgemeinen Werbematerialien des Unternehmens, eventuell Pressemitteilung versenden, in öffentlich zugänglichen Geschäftsräumen Plakate aufhängen, Flyer verteilen, Social Media-Angebote und Blogverzeichnisse nutzen, auch firmenintern bekanntmachen.



Ausführliche Infos zum Corporate Bloggen finden Sie in „Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co“.

480 Seiten, Juni 2012, 29,90 €  
ISBN 978-3-86899-236-6

Inhaltsverzeichnis und Probekapitel unter:  
<http://www.oreilly.de/catalog/newcommrules3ger/>