



1. #SoMe-OL Workshop

Mit Corporate Blogs Vertrauen schaffen

Was ist ein Corporate Blog?

- Unternehmensblog
 - meist in die Firmenpräsenz integriert
- Zur Information von Kunden und Interessierten
- Zum Bewerben von Produkten und Produktneuheiten

Erfolgreiche Corporate Blogs

- mymuesli.com/blog

MUESLIBLOG

In unserem Müsliblog kannst Du nachlesen, wie **mymuesli** das Licht der Welt erblickte und wie es sich bis heute weiterentwickelt hat. Tag für Tag. Wir freuen uns über Kommentare und Anregungen, damit wir mymuesli noch besser machen können. Viel Spaß beim Lesen!

- frostablog.de

FRoSTA-Blog
100% frei von Farbstoff- und Aromazusätzen

Blog-Themen >> Blog Infos >> Kontakt Datenschutz Impressum FRoSTA.de

FrostaShop.de

Feierabend mit FRoSTA

Kleine Freuden eine Produktmanagers: Nach Feierabend in der Kassenschlange einen FRoSTA Käufer entdecken 😊! Immer wieder schön!

Willkommen im FRoSTA-Blog!
Das FRoSTA-Blog ist ein Webtagebuch von FRoSTA-Mitarbeitern. Wir möchten auf diese Weise offen, ehrlich und aus erster Hand über die Marke FRoSTA berichten und mit Ihnen über aktuelle Themen aus dem Bereich Ernährung diskutieren.
[Hier weiterlesen...](#)

Blog-Suche
 Suchen

- lgblog.de

TV/Heimkino/Blu-ray | IT-Produkte | Mobiltelefone | Haushaltsgeräte | Solar |

LG BLOG

YOUR PLAYFUL SOURCE FOR LG NEWS

LG FORUM

LG HOMEPAGE

Vor dem Start:

- Ziele klar definieren
 - Was soll der Blog bezwecken?
 - Wen will ich erreichen? Und wie?
- Inhalte festlegen
 - Welche Inhalte sollen auf den Blog?
 - Wer kümmert sich um neue Inhalte?
(Azubi, Social Media-Verantwortlicher
etc.)

Was tun mit dem fertigen Blog?



Wenn der Blog fertig ist...

- ...sollen Kunden angesprochen
- ...sollen Neukunden erreicht
- ...sollen Kontakte aufgebaut

- ...sollen Inhalte erstellt und
- ...spannende Firmenthemen veröffentlicht
werden.

Themenfindung und mehr



Als Themen für Corporate Blogs

eignen sich:

- Firmeninformationen (Historie etc.)
- Produktvorstellungen (neue Produkte!)
- Kooperationen
- Soziale Aktionen (Spenden etc.)

Aber: Unternehmensleitsätze beachten!

Glaubwürdig bleiben!

Wichtig: Der Leser



Ohne Leser kein Erfolg!

Leser erreichen:

- Werbung (über Firmenseite, Facebook)

Leser binden:

- durch Aktionen (Produkttests, Gewinnspiele)

Leser direkt binden

Ideen zur Bindung von Lesern
(und potentiellen Kunden):

- Gewinnspiele mit Produktgewinnen
- Produkttests (Beispiel: dm Drogerie)
- Mitentwicklung von Produkten
(durch Umfragen, Ideen-Wettbewerbe)

Noch viel wichtiger: spannender Inhalt!

Leser aktiv einbringen

Leser aktiv mitmachen lassen bietet
Vertrauen und ein Gefühl von

“Wir brauchen Dich!”

- Zu Kommentaren und Meinungen animieren
- Durch Inhalte mehr Reichweite generieren

Netzwerke nutzen und aufbauen



Welchen Nutzen haben Facebook, Twitter oder auch Google+?

- **Facebook:** großes Publikum - Reichweite
- **Twitter:** schnelle Infos und Verbreitung
- **Google+:** mögliche Fachkompetenz

Netzwerke gleichmäßig bedienen!
Blog präferiert berücksichtigen!

Kontakte knüpfen - Kontakte vertiefen



Kontakte zu Unternehmen:

- Austausch
- Bündelung von Kräften
- Kooperationen!

Kontakte zu Bloggern:

- Reichweite
- andere Sichtweise (Tunnelblick!)
- Meinung und Bewertung

Probleme sicher lösen



Der Blog *läuft* nicht - und nun?

Corporate Blog umstrukturieren
Neustart?

Projekte aufgeben und umwerfen:

- erneute Themenfindung?
- anderer Fokus?
- andere Zielgruppe definieren?

Und sonst so?



Fragen?

Vielleicht zum Blog allgemein?

Zu den Lesern?

Oder zu den Themen?

Mögliche Anreize und Kooperationen?

Was ist mit “digitalen Gütern” oder virtuellen Dienstleistungen?