

Checkliste für den Aufbau eines Corporate Blogs



Kommunikationsstrategie: Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Corporate Blog? Wen wollen Sie mit welchen Botschaften erreichen? Welche Themen und Informationen sind relevant für Ihre Zielgruppen?



Grünes Licht von oben: Haben Sie im Unternehmen um Akzeptanz für das Blog geworben? Welche wichtigen Stakeholder stehen hinter dem Projekt und setzen sich intern für seinen Erfolg ein?



Budget/Ressourcen: Haben Sie die nötige WoManpower und das nötige Budget, um zwei bis drei hochwertige Beiträge pro Woche zu publizieren?



Content-Konzept: Denken Sie konsequent aus der Leserperspektive? Mit welchen nutzwertigen Inhalten können Sie bei Ihren Lesern dauerhaft punkten? Ist das Blog in Ihre übergeordnete Kommunikationsstrategie eingebunden?



Blog-Redaktion: Wer ist verantwortlich für das Management des Blogs? Wer kümmert sich um die Redaktionsplanung, betreut Unternehmensblogger oder externe Partner und sorgt für die technische und inhaltliche Integration des Blogs in den Kommunikationsmix?



Blog-Marketing: Mit welchen Methoden steigern Sie Reichweite und Bekanntheit Ihres Blogs? Vernetzen Sie sich mit anderen Blogs und digitalen Influencern, um ins Gespräch zu kommen und mehr Aufmerksamkeit zu generieren?



Erfolgsmessung: Haben Sie eine Strategie für die Erfolgsmessung Ihres Blogs? Orientieren sich Ihre Kennzahlen an den Zielen, die Sie mit dem Blog verfolgen? Reporten Sie Ihre Fortschritte regelmäßig an wichtige Stakeholder im Unternehmen?



Commitment: Sind Sie bereit, langfristig in das Blog zu investieren? Planen Sie einen regelmäßigen Check von Zielen und Erfolgen? Um ein erfolgreiches Blog aufzubauen, brauchen Sie einen langen Atem!