

## CORPORATE BLOGS: ERFOLGREICHE UNTERNEHMENSBLOGS

Blogs bieten Unternehmen viele Möglichkeiten: direkter Kontakt zu den Kunden, Einblicke hinter die Kulissen mit spannendem Storytelling, schnelle Reaktion auf aktuelle Entwicklungen, den eigenen Expertenstatus ausbauen und neue Leser/Kunden gewinnen. Doch wer ein Corporate Blog plant, sollte dabei immer auch die Content-Strategie und das Blog-Marketing mitbedenken. Vor dem Start sind einige Vorbereitungen nötig: Was und wen wollen und können Unternehmen mit ihrem Corporate Blog überhaupt erreichen? Wie spricht man am besten seine Leser an? Was sind die ungeschriebenen Gesetze der „Blogosphäre“? Wie bindet man Mitarbeiter in die Redaktionsarbeit ein? Welche Darstellungsformen eignen sich für welche Themen? Und was ist überhaupt ein Trackback? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie die Attraktivität Ihres Unternehmens-Blogs für Leser und Suchmaschinen erhöhen und ein Corporate Blog so betreiben, dass Ihre Inhalte den Weg zu Ihren Stakeholdern finden.

### Themenschwerpunkte

- Grundlagen: welche Bedeutung hat ein Blog im Rahmen der digitalen Kommunikationsstrategie
- welche Inhalte in einem Blog veröffentlicht werden sollten
- wie man Themen für das Agenda Setting nutzt
- Themenfindung und Mitarbeiteransprache: Kollegen zu Autoren machen
- nicht zu steif, nicht zu flapsig: Texten fürs Blog
- Formalia und Gepflogenheiten in der „Blogosphäre“
- Fotos, Audios und Videos einbinden
- Umgang mit Kommentaren und Kritik
- Feedback und Erfolgs-Monitoring
- Arbeiten mit einem Blog-Content-Management-System
- Blog-Marketing: Blogger-Relations aufbauen und Inhalte vermarkten

### Lernziele

Sie lernen die speziellen Anforderungen an Textaufbau und Sprache für das Bloggen kennen. Sie üben an Praxisbeispielen den Umgang mit einem Blog-System und lernen die wichtigsten Begriffe und Techniken rund ums Bloggen kennen. Sie erfahren, wie Sie Blogaktivitäten planen und einordnen. Der Referent vermittelt Ihnen strategische Ansätze als Grundlage für die weitere Planung, um den Start oder die Optimierung des eigenen erfolgreichen Corporate Blogs zu ermöglichen.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für Unternehmens- und Pressesprecher, Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben sowie Social Media-Verantwortliche, die Blog-Einträge erstellen, aufbereiten und redigieren.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die einen Unternehmensblog ins Leben rufen oder ihre Blog-Aktivitäten ausweiten möchten.

### Referent

#### Kai Heddergott

Kai Heddergott (Jahrgang 1969) ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 als Autor und Dozent für Themen der Online-Kommunikation tätig. Er berät seine Kunden bei der Konzeption und Realisierung von internen und externen Kommunikationsmaßnahmen vor dem Hintergrund der Digitalen Transformation. In seiner Tätigkeit am MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung in Essen war er viele Jahre Mitglied in der Jury und Nominierungskommission des Grimme Online Award. Heddergott hat an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster Publizistik und Kommunikationswissenschaft studiert und war dort mehrere Jahre für die elektronische

Lehrredaktion des Instituts für Publizistik verantwortlich. Zu seinen Kunden zählen national und international tätige Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Finanzwirtschaft und öffentliche Institutionen.

Corporate Blogs: Erfolgreiche Unternehmensblogs

Uhrzeit: von 10:00 bis 17:30 und von 09:00 bis 16:30 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: 29. bis 30.08.2018 in Hamburg 980,00 Euro