

### **Buchtitel**

Meike Leopold: Corporate Blogs. Praxistipps für Strategie, Inhalt und Ziele, O'Reilly, Köln 2013, 336 Seiten.

### **Das Wichtigste zum Thema Bloggen für Unternehmen aus der Praxis**

In Zeiten, in denen Social-Media-Marketing als Strategie für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit und Kundenbindung für Existenzgründer, aber auch für langjährig erfolgreiche Unternehmer immer wichtiger wird, bildet ein Blog das Herzstück aller Internetaktivitäten.

Wer sich noch nie mit dem Bloggen beschäftigt hat, findet in diesem Ratgeber der Journalistin und PR-Fachfrau Meike Leopold alle wichtigen Informationen.

#### ***Von der Technik über den Content bis zur Organisation und Erfolgsmessung***

Über die Funktion und den Zweck eines Unternehmensblogs und die Grundpfeiler vor dem Start schreibt die Autorin in den ersten beiden Kapiteln. Was sind Ihre individuellen Ziele, wenn Sie an über ein Blog für Ihr Unternehmen nachdenken? Wen wünschen Sie sich als Leser, und wie lauten die Spielregeln? Die Aufgaben einer Blog-Redaktion erklärt Meike Leopold im dritten Kapitel. Wie finden Sie in Ihrer Organisation Autoren, wie räumen Sie Bedenken bei Skeptikern aus und woraus besteht ein Redaktionsplan?

Die drei sich anschließenden Abschnitte liefern Ihnen Tipps dazu, wie Sie Themen finden, Leser begeistern und aktivieren sowie Ihr Blog bekannt machen. Dabei erhält das Krisenmanagement, z.B. im Falle von Shitstorms, besonderen Raum.

Neben dem Inhalt der Beiträge sind Technik und Design sowie eine professionelle Suchmaschinenoptimierung wichtige Stellschrauben für den Erfolg Ihres Blogs. Diese Aspekte werden in den Kapiteln sieben und acht beleuchtet. Ob ein Blog erfolgreich ist, erkennen Sie nur, wenn Sie Ihre Aktivitäten messen. Informationen zum Blog-Monitoring gibt die Autorin im darauffolgenden Kapitel.

#### ***Ihr Nutzen***

Auch wenn sich bereits einige Ratgeber zum Bloggen – meist von passionierten Profis der ersten Stunde – auf dem Markt befinden, besticht Leopolds Werk durch absolute Praxisnähe. Die Autorin ist Expertin für den Aufbau und die Pflege von Corporate Blogs; von diesen Erfahrungen profitiert der Leser über alle Seiten hinweg. Selbst technisch kompliziertere Sachverhalte erklärt sie einfach, unaufgeregt und nutzenorientiert. Besonders das Kapitel zur Suchmaschinenoptimierung ist ein überzeugendes Beispiel für ihren zielgruppengerichteten Schreibstil. Haben Sie diesen Abschnitt gelesen, wissen Sie, was die wichtigsten Schritte sind, um Ihr Blog für google & Co. sichtbar zu machen. Sollten Sie sich noch den Kopf darüber zermartern, wie Sie gute Themen für ein Blog finden, vermittelt die Autorin dazu hervorragende Denkanstöße aus der Praxis, die Sie in manch anderem Ratgeber als Anfänger schmerzlich vermissen.

#### ***Fazit***

Wenn Sie mit dem Gedanken spielen, ein Unternehmensblog zu starten, empfehle ich den Ratgeber „Corporate Blogs“ uneingeschränkt. Neben den umfangreichen, aber gut portionierten Informationen gelingt es Meike Leopold, durch ihren persönlichen und pragmatischen Schreibstil eine Menge Motivation zu transportieren. Übrigens lassen sich alle Tipps und empfohlenen Vorgehensweisen nicht nur auf große Unternehmen mit eigener Kommunikationsabteilung übertragen, sondern genauso auf Existenzgründer, Einzelunternehmen und KMUs.