

Inhalt

Vorwort **9**

- 1 Das Ende der Einbahnstraße **15**
 - Was ist ein Weblog? **16**
 - Neue Lesegewohnheiten erforderlich **17**
 - Rasanten Wachstum der Blogger-Welt **18**
 - Das Mitmach-Web **20**
 - Die neue Kundengeneration **21**
 - Angstfrei den Online-Dialog wagen **23**
 - Schreiben Sie noch oder bloggen Sie schon? **24**

- 2 Die Business-Blogosphäre **27**
 - Die Glaubwürdigkeit von Corporate Blogs **30**
 - Auswirkungen auf die Unternehmensstrukturen **33**
 - Corporate Blogs im erfolgreichen Einsatz **34**
 - Wenn der Chef höchstpersönlich bloggt – CEO-Blogs in der Praxis **42**
 - Die Krisen-PR entdeckt die Blogger **50**
 - Checkliste: Der richtige Umgang mit Kritik **66**
 - Das Ende einer Dienstfahrt – Beschwerden via Blogs **68**
 - Blog-Monitoring **70**
 - Checkliste: Die Relevanz von Weblogs **73**
 - Blogs abonnieren **73**
 - Abmahnungen an Blogger **77**
 - Kundengespräche mit Bloggern **79**

- 3 So starten Sie erfolgreich ein Corporate Blog **85**
 - Checkliste für den Blog-Start **89**
 - Technische Voraussetzungen **92**
 - Einsatzmöglichkeiten für Blogs **94**
 - Inhalte, die ankommen **97**
 - Checkliste: Immer an die Leser denken **97**
 - Aktualität, Qualität und Anzahl der Beiträge sind entscheidend **100**
 - Exkurs: Bloggen im Intranet **102**
 - Keine Angst vor negativen Kommentaren **105**
 - Checkliste: Der richtige Umgang mit Trollen **108**
 - Wie Blogs sich untereinander vernetzen **109**
 - Mehr Google-Relevanz durch richtiges Bloggen **110**
 - Entscheider entdecken das Bloggen **112**
 - Checkliste: Die besten Tipps für Ihr Blog-Zeitmanagement **114**
 - Kundenfeedback nutzen **116**
 - Checkliste: So erhalten Sie Blog-Kommentare **117**
 - Kampf den Spammern **120**
 - So gestalten Sie Ihre Kundenkommunikation persönlicher **122**
 - Warum Sie eine Blog-Guideline benötigen **124**
 - Checkliste: Punkte, die Ihre Blog-Policy beinhalten sollte **131**
 - So motivieren Sie Ihre Mitarbeiter zum Bloggen **133**
 - Checkliste: So machen Sie Ihre Mitarbeiter zu Bloggern **135**
 - Exkurs: Blog-Marketing für Veranstaltungen **136**
 - Blog-Monitoring selbstgemacht **139**

	Webcontrolling für die Besucheranalyse	148
	Bekannter werden durch Blog-Promotion	150
	Checkliste: Tipps für Ihre Blog-Promotion	156
	Checkliste: Fragen zur Konzeption eines Corporate Blogs	159
4	Ein Blick in die Zukunft	163
	Podcasting in der Unternehmens- kommunikation	172
	Neues Medienverhalten der Social Networker	176
	Anhang	179
	Glossar	179
	Ausgewählte Beispiele für Corporate Blogs	186
	Literaturverzeichnis	189