

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