


Onlinemarketing mit Unternehmensblogs

Von Kai | 07. November 2011 | [0 Comments](#)

Nicht nur für Unternehmen sind Corporate Blogs von Interesse – auch für Freelancer aus den Bereichen IT und PR kann Blogführung und -pflege eine wichtige Kompetenz sein. Gastautor Gunther Wolf von [I.O. ITSolutions](#) zeigt im neusten Teil unserer Onlinemarketingserie, welche Vorteile Unternehmensblogs mit sich bringen.

 Das twago Magazin

 **Artikel** [Erstellen](#)

[Alle \(285\)](#) | [Veröffentlichte \(282\)](#) | [Entwurf \(1\)](#)

Dreh- und Angelpunkt sämtlicher Onlinemarketing-Aktivitäten ist die eigene Website, die heutzutage idealerweise mit einem Unternehmensblog ausgestattet ist. Für Freelancer kann das professionelle Bloggen nicht nur zum Selbstmarketing interessant sein.

Auch twago betreibt seinen Corporate Blog mit WordPress

Auch für ihre Auftraggeber können Freelancer mit gut gemachten Blogs hohe Zugriffszahlen erzielen und lukrative Geschäftsabschlüsse einleiten. Texter und Programmierer erschließen sich hierdurch kontinuierlich ergiebige Einnahmequellen.

Was bringen Unternehmensblogs?

Wie wirkungsvoll Blogs als Maßnahme des Onlinemarketings sind, stellen Sie gerade im Selbstversuch fest: Auch das *twago Magazin* ist ein Unternehmensblog. Haben Sie gerade über eine Suchmaschine und passende Suchworte zu diesem Artikel gefunden? Sofern Sie auf diese Weise zum ersten Mal hierhergekommen sind, werden Sie feststellen, dass das *twago Magazin* einige interessante Beiträge enthält. Sie werden entdecken, dass *twago* hoch professionelle Lösungen für Auftraggeber und Dienstleister bietet – und vielleicht werden Sie bald ein neuer Kunde dieses Hauses sein.

Möglicherweise sind Sie aber auch längst Kunde bei *twago* und schätzen die hohe Qualität der Fachbeiträge im *twago Magazin*. Dann schauen Sie wahrscheinlich öfter mal hinein, um sich Hinweise und Inspirationen für Ihr Business zu holen. Offensichtlich ist ein Blog also zur Kundenbindung ebenso geeignet wie zur Gewinnung von Interessenten und Neukunden.

Was ist bei Unternehmensblogs zu beachten?

Blogs können als Magazin oder als News-Bereich in die bestehende Website des Unternehmens eingebunden werden. *WordPress.org* bietet hierfür eine ebenso geeignete wie kostenlose Software, die über Plug-Ins auch Umfragen, Social Bookmarking und Sharing per Facebook, Google Plus und Twitter ermöglicht. Über Tracking-Verfahren werden die Erstellung von Nutzerprofilen und entsprechende Auswertungen möglich.

Unternehmensblogs können aber auch außerhalb der eigenen Webseite angesiedelt werden. Ein Beispiel: Neben der Website verfügt das Beratungsunternehmen *I.O. BUSINESS* über themenbezogene Websites mit eingebundenen Blogs, auf denen es Kompetenz beispielsweise im Bereich der [variablen Vergütung](#) demonstriert. Zugleich betreibt sie passende Themenblogs auf allen gängigen Blog-Plattformen: Bei *WordPress.com*, *blog.de* und auch auf Googles *Blogspot.com*. Für Freelancer aus den Bereichen Programmierung und Webdesign sind sicherlich auch komplexere Content-Management-Systeme wie *Joomla* oder *Typo3* eine Überlegung wert, wenn sie ihre Skills das nächste mal erweitern wollen.

Worüber in Unternehmensblogs schreiben?

Wer einen Corporate Blog betreiben will, ist natürlich an dessen Aktualität und Attraktivität interessiert. Deshalb ist es aus Sicht des Unternehmens nicht damit getan, den Blog einmalig erstellen zu lassen. Für IT-Freelancer ergeben sich somit auch neben Programmierung und Setup von Blog-Lösungen interessante potentielle Aufgabengebiete. Auch journalistische Kompetenzen und PR-Skills sind gefragt.

Als Content für Unternehmensblogs geeignet sind Berichte über personelle und organisatorische Veränderungen im Unternehmen, über geplante Aktivitäten wie Messepräsenzen und Kundenveranstaltungen oder über neue Produktentwicklungen und Dienstleistungen. Die einzelnen Artikel sollten den im Web üblichen Lesererwartungen von etwa 400 bis 600 Wörtern entsprechen.



Was den Leser inhaltlich erwartet, sollte er in den ersten zwei Sätzen erfahren. Dieser "Teaser" wird durch kursive oder fette Schrift hervorgehoben. Aufgrund der Kürze der Posts sind Links zu weiterführenden Artikeln oder Webseiten bedeutsam. Die Unternehmensziele sollten dabei natürlich nicht aus den Augen verloren werden.

Warum ist Interaktivität so wichtig?

Nur wenige Unternehmensblogs verzichten auf die Kommentierbarkeit der Posts. Denn Internet-Nutzer äußern gerne ihre persönlichen Standpunkte zu den angesprochenen Themen oder schildern eigene Erfahrungen. Sie werden den Blog mitunter erneut besuchen, um Antworten des Unternehmens oder anderer Leser zu erfahren. Möglicherweise werden sie das Post gar ihren Freunden und Bekannten empfehlen.

Die Kommunikation mit den Lesern ist ein ebenso bedeutender Teil der Pflege eines Unternehmensblogs. Ist man für den Corporate Blog verantwortlich, sollte man sich daher auch mit den neuesten Plug-Ins zu Social-Media-Buttons und Kommentarfunktionen auskennen.

Interaktivität belebt den Unternehmensblog und führt zu interessanten Dialogen mit der Leserschaft. Gerade bei Posts über Produkte sollten Meinungen und Verbesserungsvorschläge bei den Lesern abgefragt werden. Hieraus ergibt sich oftmals ein hoher Zusatznutzen für das Unternehmen, das auf diese Weise Produkteigenschaften gezielt verbessern kann.

Bildquelle, WordPress-Logo: Chesí Fotos CC

Diese Artikel könnten Sie auch interessieren:

- [Die 9 wichtigsten Onlinemarketing-Basics](#)
- [Grundlegende Tipps: Social-Media-Marketing](#)
- Weitere Informationen zum Thema [Onlinemarketing](#)