

10 Erfolgsfaktoren für einen B2B Corporate Blog

1. Ein Management, das den Blog unterstützt, dort selbst aktiv ist und das Team mit ausreichend (Zeit)Budget ausstattet
2. Vier bis sechs motivierte Autoren, die das Schreiben für den Blog als Teil ihrer Arbeit und nicht als Mehrarbeit verstehen und denen Feedback aus dem Netz im Zweifelsfall auch Spaß macht
3. Unterschiedliche Schreibstile (zwischen ironisch-sarkastisch und sachlich serviceorientiert), die informieren und unterhalten, aber auch mal polarisieren
4. ein Mix an Formaten (Interviews, Glossen, Servicetexte, Tipps und Tricks, Veranstaltungs-Reviews, Kommentare etc.)
5. ein stimmiges, CI-gerechtes Design
6. der Mut, neben Text auch mal Bild und Bewegtbild anzubieten
7. eine sinnvolle Verschlagwortung der Inhalte für die Suchmaschinenoptimierung
8. Das Bestücken und Vernetzen von Plattformen wie Facebook, Twitter oder Google+, die die Blogartikel anteasern
9. das Vernetzen mit wichtigen Multiplikatoren
10. ein Monitoring der Zugriffszahlen und eine Analyse des Traffics, um die Strategie fortlaufend zu optimieren