

Checkliste für den Aufbau eines erfolgreichen Corporate Blogs

- Welche Ziele will ich mit einem Corporate Blog erreichen?
- Welche Zielgruppe möchte ich im Blog mit welcher Tone of Voice ansprechen und welche Themen sind für diese Zielgruppe interessant?
- Welche Themen und welche Art von Content möchte ich veröffentlichen?
- Passt der Corporate Blog zur Kommunikationsstrategie des Unternehmens?
Kann ich die Inhalte in die Customer Journey meiner Kund*innen einbinden?
- Wer ist Ansprechpartner*in in den internen Fachabteilungen?
Habe ich alle wichtigen Stakeholder mit einbezogen?
- Wer kümmert sich um die Planung der Inhalte und betreut den Redaktionsplan?
- Habe ich eine sinnvolle Themenstruktur? Kann ich die veröffentlichten Beiträge in 3-4 sinnvolle und unternehmensrelevante Oberthemen clustern?
- Habe ich ein sinnvolles SEO-Konzept?
- Wie oft soll gebloggt werden und wer schreibt und publiziert die Artikel?
Gibt es genug interne Ressourcen oder soll das Corporate Blogging von Externen übernommen oder unterstützt werden?
- Möchte ich Gastautor*innen einladen und Experteninterviews führen?
- Wie beschaffe ich Bild-, Grafik- und Video-Material?
- Sind meine Inhalte auch auf dem Smartphone gut zu lesen?
- Gibt es eine Kommentarfunktion? Wer betreut die Kommentare?
Brauche ich hier eine Unternehmens Policy?
- Wie sieht das Blog Marketing aus? Werden Blogbeiträge im Newsletter angekündigt? Mit welchen anderen Blogs, Plattformen oder Social-Media-Kanälen soll der Blog verknüpft werden?
- Welche Kennzahlen verwende ich zur Erfolgsmessung der Inhalte? Wie sieht eine Erfolgs- oder Performance-Analyse aus?