



Klaus Eck

Corporate Blogs

Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden

In der Unternehmenskommunikation sind Blogs nicht mehr wegzudenken. Und zwar nicht nur als ein neues Medium, das mit Presseinformationen bedient wird, sondern auch in Form eines firmeneigenen Blogs. Immer mehr Unternehmen betreiben einen solchen Corporate Blog und sprechen damit ihre Kunden im Web zielgruppengerecht an.

Klaus Eck, bekannter Blogger und Unternehmensberater in Blog-Fragen, gibt in seinem Buch konkrete Empfehlungen, wie Unternehmen die Blogger-Welt mit ihrer Eigendynamik gezielt nutzen können. Ausserdem zeigt Eck Schritt für Schritt auf, wie ein Corporate Blog aufgebaut und betrieben wird: Was kostet ein firmeneigener Blog? Wie können Mitarbeiter zum Bloggen motiviert werden? Was tun, wenn von Besuchern negative Kommentare eingetragen werden? Wie kann der Zeitaufwand in Grenzen gehalten werden und wie bleibt man trotzdem aktuell? Das Buch dient auch als Ratgeber in Krisensituationen. Was kann man tun, wenn auf einmal ein Produkt oder gar das Unternehmen negative Schlagzeilen in Blogs macht? Ist es sinnvoll in einer Unternehmenskrise einen Krisen-Blog aufzuschalten?

Das Buch ist sowohl für PR-Fachleute und Marketingverantwortliche als auch für Führungskräfte ohne Vorwissen verständlich. Zahlreiche Beispiele erleichtern den Zugang und Checklisten ermöglichen die schnelle Umsetzung.

ca. 1400 Zeichen

Klaus Eck

ist der Herausgeber des «PR-Blogger», in dem seit Juli 2004 renommierte PR-Profis regelmäßig über Themen rund um Marketing und PR schreiben. Mit seiner Content-Business-Agentur econcon hat sich der Experte seit 2003 auf die Blog-Beratung, das Blog-Coaching und Blog-Monitoring für Unternehmen spezialisiert. Der PR-Blogger hat zahlreiche große und kleine Unternehmen beim Aufsetzen eines Corporate Blogs unterstützt. www.pr-blogger.de, www.econcon.de

Kontakt zum Autor

Telefon 0049 (0)173 568 31 98

E-Mail klaueck@econcon.de

Bibliografie

Klaus Eck

Corporate Blogs

Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden

Orell Füssli Verlag, Zürich 2007

192 Seiten, broschiert

ISBN 978-3-280-05222-8

Fr. 33.– / € 19.90