



World of Public Relations

by *Stephanie Grupe*

Checkliste für Corporate Blogs

Analyse und Monitoring

- Welche Blogs zu unternehmens-relevanten Themen gibt es bereits?
- Welche Blogs wollen oder müssen Sie regelmäßig beobachten?
- Wer ist für dieses Blog-Monitoring zuständig?
- Wie wollen Sie die Blogs beobachten, z.B. über RSS-Feeds, GoogleAlerts oder spezielle Monitoring-Software?
- Wie wollen Sie die Erkenntnisse aus dem Monitoring systematisch erfassen und aufbereiten?
- Nach welchen Stichworten, Personen oder Unternehmen wollen Sie regelmäßig suchen?
- Haben Sie die relevanten Blogs bereits über einen längeren Zeitraum beobachtet und ausgewertet?
- Von wem werden diese Blogs betrieben, wer sind die Autoren und welche thematischen Schwerpunkte haben diese?
- Welche Leserkreise werden angesprochen und wie aktiv beteiligen sich die Leser in Kommentaren, durch Bewertungen oder Teilen von Beiträgen?
- In welchen Social Communities sind die Blogautoren und Leser zudem aktiv?
- Welche Social Communities müssen Sie zusätzlich in Ihr Monitoring aufnehmen?
- Können Sie besonders einflussreiche Personen in Ihren Themenbereichen identifizieren?
- Wie könnte sich Ihr Blog vom Wettbewerb unterscheiden? Wo gibt es Stärken bzw. einen USP für Ihren Blog, wie könnten Sie eventuell vorhandene Nachteile ausgleichen?

Strategische Überlegungen

- Passt ein Blog in Ihre PR-Strategie?
- Welche PR-Ziele wollen und können Sie mit dem Blog erreichen?
- Können Sie die Vision, Ihre Motivation und die Philosophie Ihres Blogs beschreiben?
- Welche Dialoggruppen wollen Sie ansprechen und mit welchen vorhandenen, durch Ihr Monitoring identifizierten Multiplikatoren wollen Sie in den Dialog eintreten?
- Welche Probleme und Interessen haben Ihre voraussichtlichen Leser und welchen Nutzen können Sie diesen mit Ihren Blogbeiträgen bieten?

- Welche Themen müssen Sie ansprechen, um einerseits Ihre PR-Ziele zu erreichen und andererseits den Bedürfnissen Ihrer Dialoggruppe zu entsprechen?
- Können Sie die identifizierten Themen regelmäßig und in guter Qualität liefern?
- Soll der Blog bestimmte bestehende PR-Maßnahmen ersetzen, unterstützen oder ergänzen?
- Wie würden Sie den Erfolg Ihres Blogs beschreiben? Welche Kriterien müssten erfüllt werden, damit Sie Ihren Blog als Erfolg bewerten?
- Haben Sie bereits eine Vorstellung, wie Sie den Erfolg Ihres Blogs messen wollen? Welche quantitativen und qualitativen Kriterien wollen Sie erheben und mit welchen Tools?

Autoren und Inhalte

- Wer aus Ihrem Hause sollte den Blog als Autor oder Autorenteam verantworten?
- Wie viel Zeit haben die Autoren für die Erstellung von Blogbeiträgen zur Verfügung?
- Wie oft sollten oder müssen neue Blogbeiträge erstellt werden?
- In welchem Sprachstil und in welcher Tonalität sollen die Blogbeiträge verfasst und wie soll mit den Lesern korrespondiert werden?
- Wie schnell müssen die Autoren auf Leser-Kommentare reagieren?
- Wie offen können/dürfen die Autoren über unternehmensinterne Themen berichten? Welche Themen müssen, welche dürfen keinesfalls angesprochen werden?
- Gibt es Richtlinien für die Autoren?
- Gibt es eine spezielle Schulung für die Blog-Autoren?
- Wie sollen die Autoren auf Ihrem Blog vorgestellt werden?
- Wie wird mit kritischen Leserkomentaren umgegangen?
- Gibt es Richtlinien für Leserkomentare?
- Gibt es einen Redaktionsplan für die Blogbeiträge?
- Welche wiederkehrenden Themen gibt es, die in Rubriken an bestimmten Tagen veröffentlicht werden?
- Welche Themen transportieren Ihre Philosophie und Ihre Botschaften?
- Welche Themen inspirieren, lehren oder lösen die Probleme Ihrer Leser?
- Welche Themen regen die Diskussion an?
- Welche Themen erzählen interessante Geschichten?
- Planen Sie auch Downloads von Dokumenten, Whitepapers oder ähnlichem?
- Planen Sie auch Leser-Umfragen?
- Planen Sie auch das Kuratieren von fremden Webinhalten? In welcher Form?
- Denken Sie auch daran, Gastblogger für Spezialthemen hinzuzuziehen?
- Gibt es Specials für besondere Veranstaltungen oder Messen?
- Welche suchmaschinen-relevante Stichworte sollten Sie in Ihren Beiträgen verwenden?
- In welchen übergeordneten Kategorien lassen sich Ihre Themen gliedern?

- Welche Schlagworte können Sie als Tags für die einzelnen Beiträge nutzen?
- Achten Sie bei der Erstellung der Blogbeiträge darauf, die relevanten Stichworte auch in den Ankertexten zu weiterführenden Links zu verwenden?
- Wie wollen Sie Ihre Beiträge visualisieren? Mit Fotos, Videos, Zeichnungen, Cartoons, Screenshots oder Infographiken?
- Verfügen Sie über genug Material mit den benötigten Veröffentlichungsrechten oder müssen Sie neues Material erstellen?
- Wer ist für die Visualisierung der Beiträge verantwortlich? Müssen Sie einen externen Dienstleister hinzuziehen?
- Nutzen Sie unterschiedliche Textformen, beispielsweise Interviews, Reportagen, Kommentare etc.?
- Können Sie Ihre Inhalte in kurzen Absätzen mit Zwischenüberschriften oder als Listen und Aufzählungen strukturieren und sie auf maximal 500 bis 1.000 Zeichen begrenzen?
- Haben Sie eine aufmerksamkeitsstarke Headline mit maximal 68 Zeichen und einem suchmaschinen-relevanten Stichwort konzipiert?
- Verlinken Sie im Beitrag auf weitere Blogbeiträge auf Ihrer Site?
- Haben Sie am Ende Ihres Beitrags auf den so genannten „Call to Action“ gedacht? Was sollen Ihre Leser sofort nach dem Lesen Ihres Beitrags tun?
- Haben Sie einen Blog-Ablaufplan für die Recherche, Erstellung, Visualisierung, Korrektur, Veröffentlichung, Vermarktung, Kommentarbehandlung und Aktualisierung erstellt?
- Haben Sie alle Urheberrechte an den veröffentlichten Inhalten, Fotos und sonstigen Materialien?
- Haben Sie eine Datenschutzerklärung verfasst, die dem aktuellen deutschen Datenschutzgesetz entspricht?
- Haben Sie ein gesetz-konformes Impressum angelegt?
- Planen Sie, in Ihrem Blog auch Werbeanzeigen zuzulassen?
- Gibt es dazu eine Richtlinie und Metadaten?
- Wie machen Sie den Unterschied zwischen Werbung, Redaktion und so genannten „Sponsored Posts“ transparent?

Design und Technik

- Richten Sie eine eigene Domain für Ihren Blog ein?
- Ist der Blog Teil Ihrer Unternehmenswebsite?
- Welche Software wollen Sie für Ihren Blog einsetzen?
- Werden Sie ein Favicon einbinden?
- Wie soll der Blog intern und mit Ihren weiteren Online-Präsenzen bzw. Social Media Präsenzen verlinkt werden?
- Werden Sie einen RSS-Feed anbieten?
- Können Leser Ihren Blog per Mail abonnieren?
- Werden Sie Möglichkeiten zum Teilen und Empfehlen der Beiträge schaffen und

wenn ja, welche?

- Können Sie dabei die Datenschutzrichtlinien einhalten?
- Welche Software können Sie zur statistischen Auswertung der Nutzerzahlen einsetzen und ist diese datenschutz-konform?
- Haben Sie daran gedacht, Ihre Blogbeiträge mit so genannten „sprechenden Permalinks“ zu versehen, so dass sie leicht in Suchmaschinen zu finden sind?
- Können Bilder, Videos etc. mit suchmaschinen-freundlichen Metatags und Beschreibungen ausgestattet werden?
- Planen Sie den freien Zugang zu allen Blogbeiträgen oder gibt es auch passwort-geschützte Bereiche?
- Wie werden Downloads angeboten? Müssen sich die Leser dafür mit ihrer Mail-Adresse registrieren?
- Unter welcher Voraussetzung wollen Sie Leserkommentare zulassen (z.B. nur mit Klarnamen, mit Social-ID, mit Mailadresse etc.)?
- Wollen Sie Avatare der Kommentatoren zeigen?
- Wie sollen Kommentare freigeschaltet werden?
- Welche Software wollen Sie einsetzen, um Kommentarspam zu vermeiden?
- Welche Sicherheits-Vorkehrungen gegen Hacker und Datenverlust müssen Sie treffen?
- Kann Ihr Blog auch auf mobilen Endgeräten und iPads ansprechend angezeigt werden?
- Ist die Blogseite übersichtlich strukturiert?
- Haben Sie ein ansprechendes Design erstellt, in dem die wichtigsten Informationen und die gewünschten Aktionen der Leser besonders prägnant hervorgehoben werden?
- Wie wird eine optimale Benutzerführung sicher gestellt?
- Wie sieht das Layout Ihres Blogs aus, wie viele Spalten benötigen Sie, welches Farbschema wenden Sie an, für welche typografische Umsetzung entscheiden Sie sich, welche Text- und Bildelemente sollen auf welche Weise formatiert werden?
- Welche standardisierten Bildgrößen können und wollen Sie im Blogbeitrag und in den weiteren Spalten einbinden?
- Welche Standard-Elemente fügen Sie ein, z.B. Navigationsleiste, Autorenportrait, Links zu Social Media Präsenzen, Share-Buttons, Blogroll, Werbebanner, eingebundene Inhalte von anderen Social Communities etc., und wie sollen diese Standard-Elemente jeweils aussehen? Wo sollen sie platziert werden?
- Wie sehen statische Seiten aus und wie sind dynamische Seiten gestaltet, z.B. Blogseite, Archivseite etc.?
- Wie sehen Ausdrücke der Blogbeiträge aus?

Vermarktung und Vernetzung

- Empfehlen Sie am Ende jeden Beitrags weitere thematisch passende Blogbeiträge?
- Bieten Sie einen RSS-Feed oder ein E-Mail-Abonnement Ihrer Blogbeiträge an?
- Haben Sie ein kleines Dankeschön für die Leser, die sich für ein Mail-Abonnement

Ihres Blogs entscheiden?

- Haben die Leser ausreichend Möglichkeit, Ihre Beiträge an Freunde weiterzuempfehlen oder zu bookmarken? Welche Bewertungs-, Empfehlungs-, Teilen- und Bookmarking-Optionen wollen Sie bieten?
- Mit welchen weiteren Social Media Präsenzen, Online-Plattformen oder Websites wollen Sie Ihren Blog vernetzen?
- Welche Blogs wollen Sie in Ihre Blogroll aufnehmen und haben Sie die jeweiligen Autoren der Blogs darüber informiert?
- Weisen Sie auch auf Twitter, Facebook, Google+ und weiteren sozialen Netzwerken, in denen Sie aktiv sind, auf neue Blogbeiträge hin?
- Haben Sie bei Inhalt, Design und Technik alle Möglichkeiten ausgeschöpft, um in Suchmaschinen gut gefunden zu werden (SEO-Optimierung)?
- In welche Blogverzeichnisse und Suchmaschinen wollen Sie Ihren Blog eintragen lassen?
- Haben Sie Ihre externen Inhalte auf Flickr, YouTube, Slideshare etc. in Ihren Blog eingebunden?
- Nutzen Sie selbst Bookmarking-Dienste für Ihren Blog?
- Wollen Sie sich an der Diskussion in themenverwandten Blogs oder in Diskussionsforen beteiligen und auf ihren Blog hinweisen?
- Wollen Sie auf Ihrem eigenen Blog Diskussionen in fremden Blogs aufgreifen und fortführen?
- Wollen Sie Ihre Themen auch als Gastautor auf anderen Blogs oder als Beitrag in fremden Newslettern publizieren?
- Weisen Sie auf Ihrer Website, in E-Mail-Signaturen und auf Ihren anderen Online-Präsenzen auf Ihren Blog hin?
- Haben Sie eine Presseinformation, eine Pressemappe und weitere Pressematerialien in einem Online-Pressebereich hinterlegt? Betreiben Sie aktive Pressearbeit für Ihren Blog?
- Bieten Sie sich auch als Fachautor und Experte in Rundfunk, Fernsehen und Printmedien sowie auf Fachkonferenzen an?
- Ist Ihr Blog auf allen Drucksachen Ihres Unternehmens integriert?
- Gibt es bei (Fach-)Veranstaltungen und Messen entsprechende Hinweise auf Ihren Blog?

Copyright: Stephanie Grupe;

Die Nutzung dieser Checkliste ist keinesfalls für kommerzielle Zwecke und ausschließlich für den persönlichen, privaten Gebrauch unter den folgenden Bedingungen gestattet: 1. Nennen Sie den Inhaber des Urheberrechts „Copyright: Stephanie Grupe, www.world-of-pr.de“, 2. Verlinken Sie bei digitaler Nutzung auf die URL der Autorin www.world-of-pr.de, 3. Die Inhalte dürfen nicht bearbeitet oder verändert werden, 4. Zitate dürfen nur mit Quellenangabe „Quelle: Stephanie Grupe, www.world-of-pr.de“ veröffentlicht werden.