

# Corporate Weblog. Ein Instrument der Unternehmenskommunikation (German Edition)

Lisett Enge

audiobook / \*ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

#3761969 in eBooks 2014-04-25 2014-04-25 File Name: B00U7RDWDI | File size: 74.Mb

**Lisett Enge : Corporate Weblog. Ein Instrument der Unternehmenskommunikation (German Edition)** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Corporate Weblog. Ein Instrument der Unternehmenskommunikation (German Edition):

Masterarbeit aus dem Jahr 2014 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,3, Hochschule fuuml;r Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig, Veranstaltung: Verlags-Handelsmanagement, Sprache: Deutsch, Abstract: Corporate Weblogs sind ein geeignetes Instrument der

Unternehmenskommunikation. Gerade in der heutigen Zeit, in der das Internet eine immer stärkere Rolle in der Mediennutzung einnimmt, bietet dieses Instrument Unternehmen eine gute Plattform, um Kunden zielgerichtet zu erreichen und sich als Experte zu etablieren. Mit Corporate Weblogs können Unternehmen eine dialogartige, authentische und reichweitenstarke Kommunikation mit wichtigen Stakeholdern initiieren, außerdem wird eine zielgerichtete Beeinflussung ermöglicht. Corporate Weblogs eignen sich zur Umsetzung einer Content-Marketing-Strategie. Durch ausgewählte Inhalte, die sowohl an den Interessen der Leser als auch am Fachgebiet des Unternehmens ausgerichtet sind, kann eine hohe Leserschaft erreicht werden. Unterstützt wird dies durch SEO-Maßnahmen, die dazu beitragen, dass Corporate Weblogs mittels Suchmaschinen gefunden werden. Darüber hinaus sind soziale Netzwerke in die Promotion von Corporate Weblogs einzubinden, damit der Leserkreis kanalübergreifend ausgeweitet wird. Die Erfolgsmessung ist bisher eine ungelöste Herausforderung, der sich Unternehmen zu stellen haben. Allgemeine Kennzahlen können nicht aufgestellt werden und Messmethoden sind individuell für jedes Unternehmen zu bestimmen. Die vorliegende Arbeit zeigt daher anhand einer Fallstudie, wie ermittelt werden kann, ob ein Corporate Weblog Anteil daran hat, dass die Unternehmensziele erreicht werden.