

Blog-Praxis
Unternehmensblog namics



maz

Luzern, 19. Mai 2008
Seminar Corporate Blogging

Jürg Stuker, CEO & Partner



Agenda

- » Wie setzt man einen Weblog auf?
- » Worauf gilt es zu achten?
- » Weshalb bloggt namics?
- » Mit welchem Konzept?
- » Mit welchen Erfahrungen?
- » Do's und Dont's

Wie setzt man einen Weblog auf?



Die ersten Fragen...

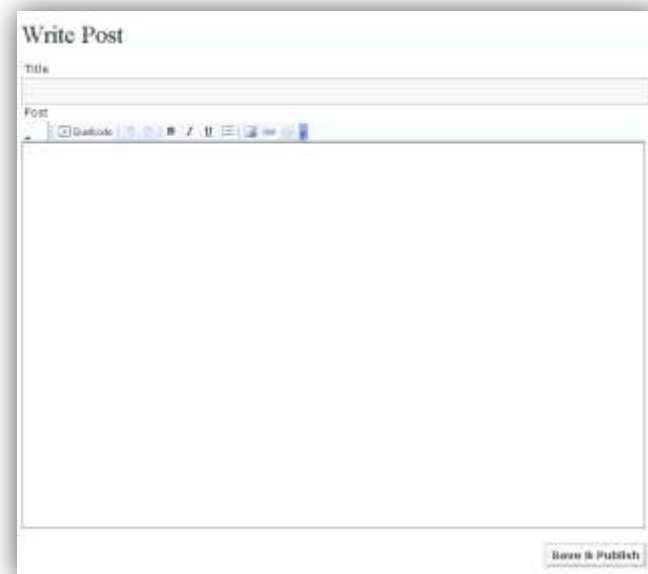
- » Integration in ihr Webangebot [Usersicht]?
 - Informationsarchitektur
 - Besucherpfade, -bedürfnisse
 - Weblog (in der Kommunikation) kaum Weblog nennen...

- » Welche Adresse [Kommunikationssicht]?
 - <http://blog.firma.com> → 3rd Level Domäne
 - <http://www.firma.com/blog> → Integriert in Website
 - <http://firma.blogger.com> → Auf einem Blogdienst

- » Wo sind die Daten [Betrieb, langfristig]?
 - Bei ihnen “im Keller” → Eigenes Hosting
 - “Irgendwo im Internet” → SAS (Software as a Service)

Weblog versus Content Management System

- » Weblog: Einfaches, sehr schlankes Content Management System
- » Fast alle CMS behaupten auch ein Blog zu haben...
- » Wichtig bei einem Weblog ist EINFACHHEIT
 - aus Autorensicht (Autorenwerkzeuge)
 - aus Lesersicht (Erwartungskonformität)
- » Blog, Wiki oder Forum?
 - http://wiki.computerwoche.de/doku.php/web_2.0/weblog-wiki-forum



Einige verbreitete Produkte / Dienste (es gibt ∞ viele)

- » Software zum Installieren
 - www.wordpress.org (Open Source)
 - www.movabletype.com (Six Apart)
- » Mietmodell
 - www.wordpress.com (Automattic)
 - www.typepad.com (Six Apart)
 - www.blogger.com (Google)
- » Designanpassungen: Wie wichtig?
- » Integrationsaufwand: Je nachdem...
- » (Technik ist dann gut, wenn man nichts davon merkt...)

Worauf gilt es zu achten?



Formale Weblog-Aspekte (MUSS, Stichworte)

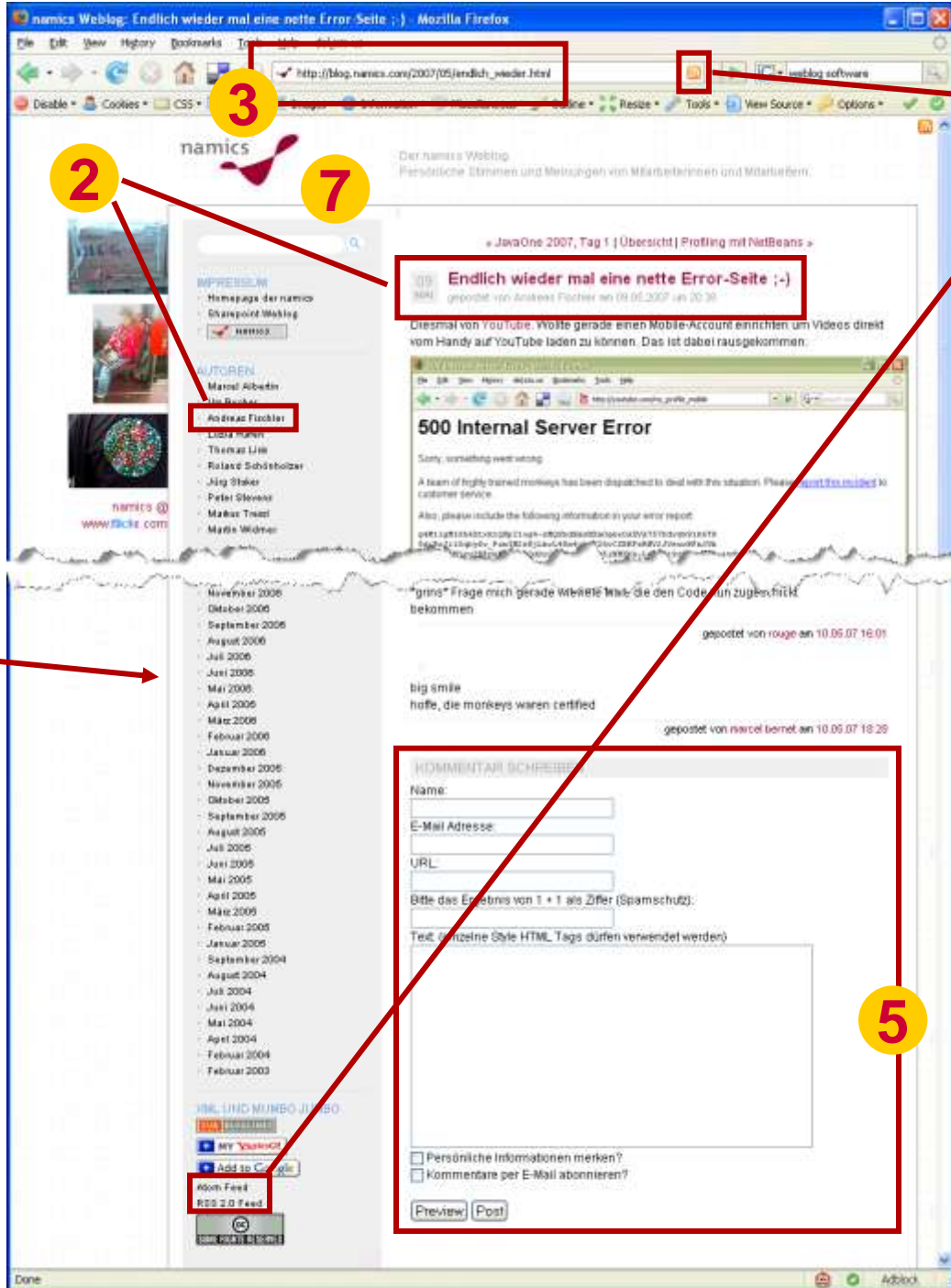
- | | |
|--|--|
| 1. einfaches Eingabe-System | Aktualität / kurze
Publikationswege |
| 2. Post trägt Titel, Text, Publikationsdatum und -
zeit sowie den Autor | persönlicher
Absender |
| 3. stabile Links | Vernetzung |
| 4. RSS- und Atom-Feeds | Vernetzung |
| 5. öffentliche Kommentarfunktion | Dialog |
| 6. Zeitliche Organisation | Aktualität / kurze
Publikationswege |
| 7. Benachrichtigung des Autoren bei neuen
Kommentaren | Dialog |

Formale Weblog-Aspekte („lange Liste“ 1 von 2)

- » Was muss ein Weblog (technisch) können?
 - [MUSS] 1. Ein **einfaches Eingabe-System** für Text, Bilder und Dateien.
 - [MUSS] 2. Jeder Eintrag (**Post**) trägt Titel, Text, **Publikationsdatum und -zeit sowie den Autor**. Idealerweise führt ein Link direkt zu Biographie und Kontaktangaben des Autoren.
 - [MUSS] 3. Jeder Eintrag hat einen **stabilen Link** (Permalink), welcher nach der Erstpublikation nicht mehr verändert wird. Dieser Permalink ist kurz und einfach memorisierbar.
 - [MUSS] 4. Der Inhalt ist als (valider) **RSS- und Atom-Feed** verfügbar. Autodiscovery, die Benennung der Feed-URL im HTML-Code der Seiten, ist unterstützt. Validierungstest bei feedvalidator.org.
 - [MUSS] 5. Jeder Eintrag besitzt eine **öffentliche Kommentarfunktion**. Diese kann auch ohne Registrierung genutzt werden und erlaubt eine Vorschau um Fehlpublikationen zu vermeiden.

Formale Weblog-Aspekte („lange Liste“ 2 von 2)

- » Was muss ein Weblog (technisch) können?
 - [MUSS] 6. Das Weblog hat ein Archiv. **Zeitlich organisiert** und eventuell zusätzlich für die Kategorien.
 - [MUSS] 7. Bei **Kommentar-Einträgen** wird der **Autor** automatisch **benachrichtigt**. Kommentierende können sich selbst auf die Benachrichtigung abonnieren, wenn zu ihrem Kommentar neue Kommentare hinzukommen. Via E-Mail oder via RSS/Atom.
 - [KANN] 8. Das Weblog bietet eine **Volltext-Suchfunktion** und Einträge können Kategorien zugeordnet werden. Die Kategorien werden als Tags publiziert.
 - [KANN] 9. Immer wichtiger ist eine Funktion (z.B. Captcha), um **Spam** in den Kommentaren oder den Trackbacks zu vermeiden.
 - [KANN] 10. Der Weblog benachrichtigt relevante Hubs mittels eines **Update-Pings** über XML-RPC.



- 6**
- KATEGORIEN**
- Accessibility
 - Blogging
 - Business
 - Project Management
 - CEO-Post
 - Design
 - Fehlermeldungen
 - Gesellschaft
 - Information Retrieval
 - Lotusphere
 - Off-Topic
 - Family
 - Open Source
 - Orbit-IE
 - SBAM-live
 - SEO+SEM
 - Technologie
 - Vorträge
 - Web Analytics
 - Whitepaper
 - lesblogs
-
- ARCHIVE**
- Mai 2007
 - April 2007
 - März 2007
 - Februar 2007
 - Januar 2007
 - Dezember 2006

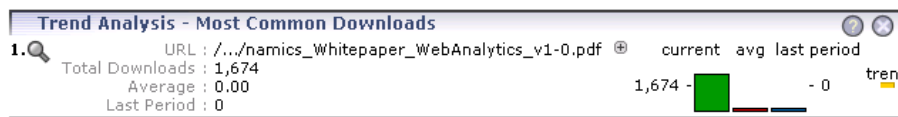
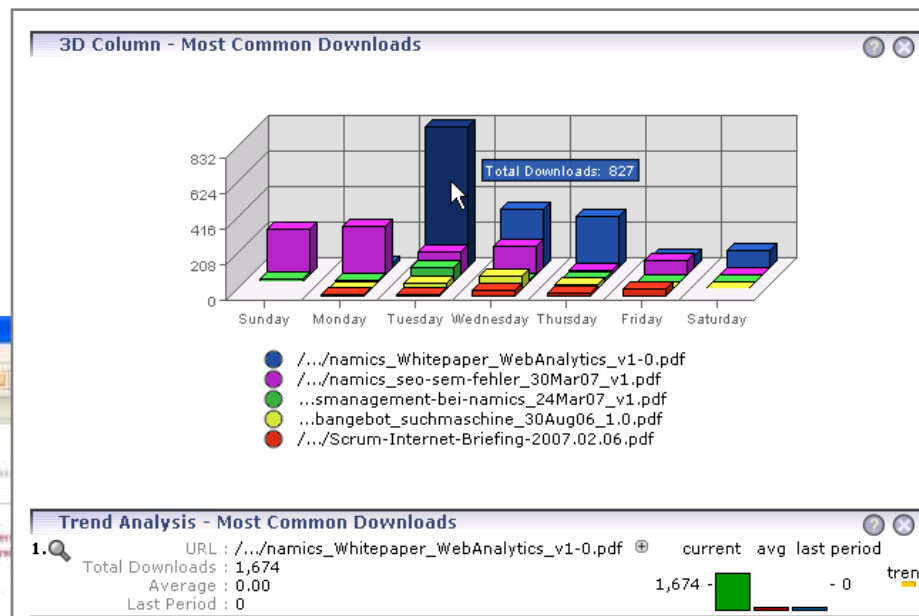
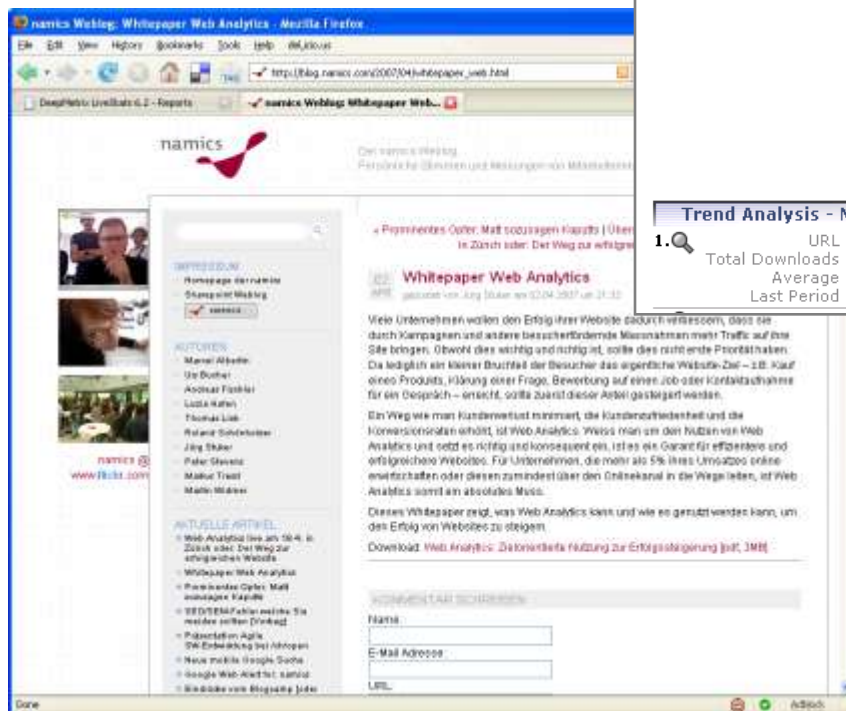


Atom Feed
RSS 2.0 Feed

Weshalb bloggt namics?

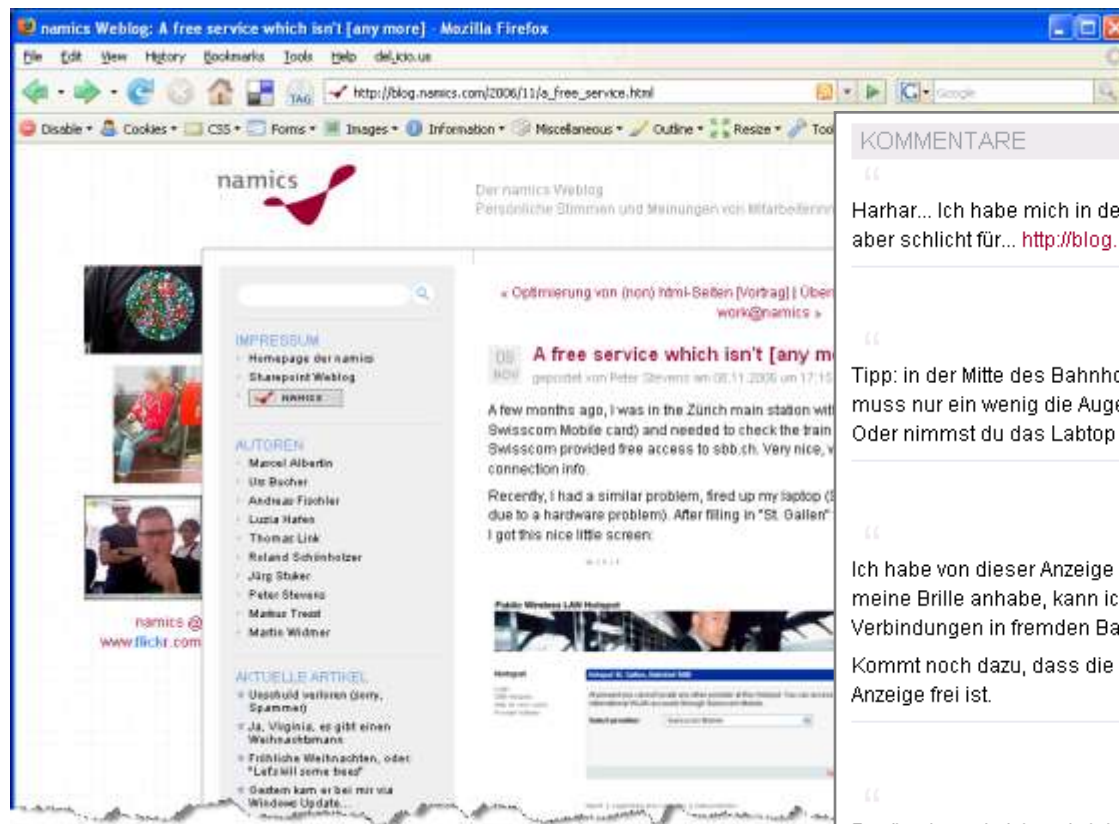


Leser – Wie aktiv?



Quelle: http://blog.namics.com/2007/04/whitepaper_web.html

Leser – Dialog



KOMMENTARE

Harhar... Ich habe mich in der letzten Zeit zurückgehalten, halte die Anwendung aber schlicht für... http://blog.namics.com/2005/11/darf_es_auch_ei.html

gepostet von Jürg Stuker am 08.11.06 21:37

Tipp: in der Mitte des Bahnhofes hat es eine grosse Anzeige. Gratis und man muss nur ein wenig die Augen offen halten.
Oder nimmst du das Labtop auch noch auf das Klo mit?

gepostet von dominik am 09.11.06 10:25

Ich habe von dieser Anzeige gehört. Ich habe sie auch mal angeschaut. Wenn ich meine Brille anhabe, kann ich sie sogar lesen. Über Ankunftszeiten bzw. Verbindungen in fremden Bahnhöfe gibt sie keine Angaben.

Kommt noch dazu, dass die wenigsten Klos so ausgelegt sind, dass der Blick zur Anzeige frei ist.

gepostet von Peter Stevens am 09.11.06 12:53

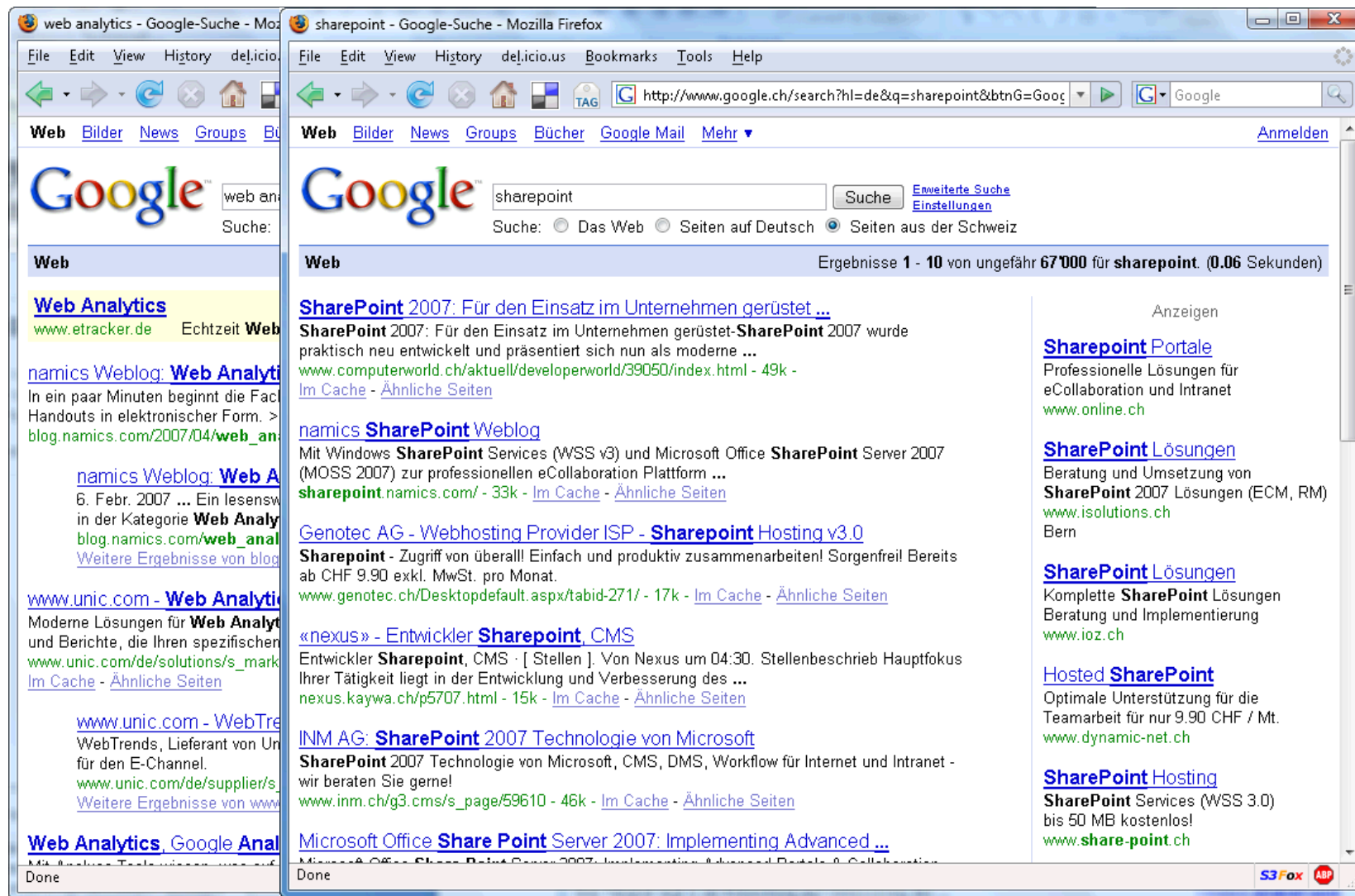
Don't get your knickers twisted! ;-)

gepostet von dominik am 09.11.06 14:01

Der Gratis-Zugriff auf den SBB Online-Fahrplan via PWLAN-Hotspot sollte jetzt wieder funktionieren.

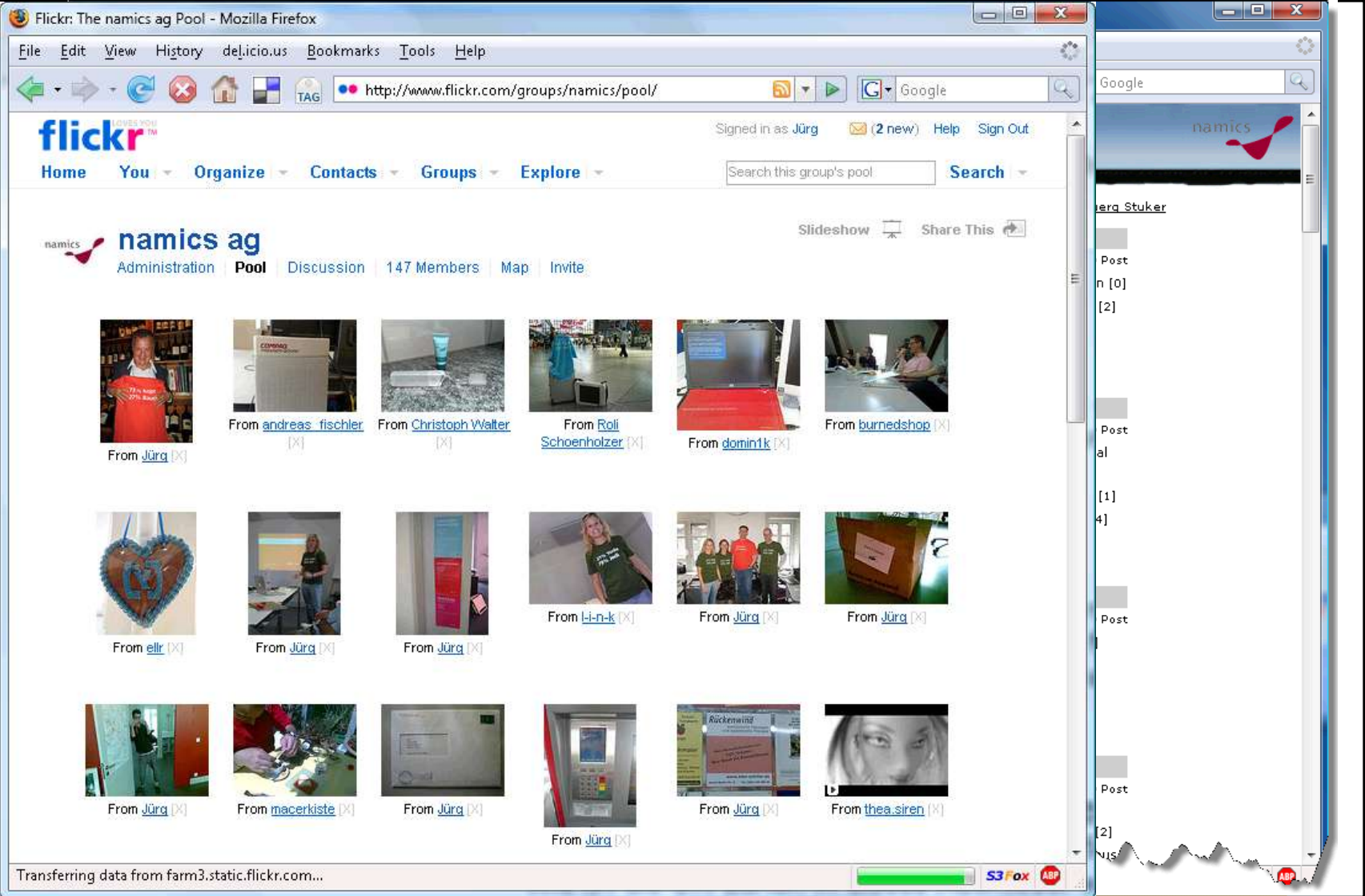
gepostet von Daniel Schwarz am 09.11.06 15:17

Sichtbarkeit und Reputation



The image displays two side-by-side browser windows from Mozilla Firefox, both using Google search. The left window shows search results for 'web analytics', with the top result being 'Web Analytics' from www.etracker.de. The right window shows search results for 'sharepoint', with the top result being 'SharePoint 2007: Für den Einsatz im Unternehmen gerüstet ...' from www.computerworld.ch. Both windows show a list of search results with titles, snippets, and links to the source pages.

Internet gerne leben



Flickr: The namics ag Pool - Mozilla Firefox

File Edit View History del.icio.us Bookmarks Tools Help

http://www.flickr.com/groups/namics/pool/

Signed in as Jürg (2 new) Help Sign Out

Home You Organize Contacts Groups Explore

Search this group's pool Search

namics ag
Administration Pool Discussion 147 Members Map Invite

Slideshow Share This

From Jürg [X]

From andreas_fischler [X]

From Christoph Walter [X]

From Roli Schoenholzer [X]

From dominik [X]

From burnedshop [X]

From ellr [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From li-n-k [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From macerkiste [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From Jürg [X]

From thea.siren [X]

Transferring data from farm3.static.flickr.com...

S3 Fox ABP

erg Stuker

Post

n [0]

[2]

Post

al

[1]

4]

Post

Post

[2]

NIS

ABP

Mit welchem Konzept?



Konzept?

- » Eigentlich keines.... resp. vorleben (und “good sense”)
- » Blog entwickelt sich dauernd...
- » Grundregeln →

Lead/Short Description: Ein paar Regeln für die Autoren

Body:

Beim namics Weblog bevorzuge ich generell originäre Texte. D.h. nicht nachäffen, was schon alle bereits gesagt haben, aber eigene Ideen, Thesen und Themen.

>> **Ziel** des (Gruppen-)Weblogs ist es, die Autoren als "Thought Leaders" am Markt sichtbar zu machen

Die Posts haben als Absender immer den Autoren als Person und sind keine offizielle namics-Kommunikation.

Der Stil des Posts entspricht der Sprache des Absender


>> **Tun**

Posts über spannende und interessante Neugigkeiten in unserem Arbeitsumfeld

Persönliche Beurteilung und Meinungen zu unseren Spezialgebieten

Links und Hinweise zu Informationen die unsere Kunden weiterbringen

Verarbeitung / Beantworten von Comments (ihr erhaltet eine Benachrichtigung per E-Mail)

Hier ein paar Tipps zum Sprachstil/Inhalt: 

>> **Nicht tun**

1. Keine Informationen über Kundenprojekte und/oder Kundennamen im Arbeitskontext (ausser mit deren Bewilligung)

2. Keine firmeninterne Informationen

3. Respektvoller Umgang mit Posts über Mitbewerber

4. Berücksichtigen von Copyright (Bilder, PDFs etc.)

Mit welchen Erfahrungen?



Do's und Dont's





Mein Tipps...

- » Zuerst lesen
 - Interessen, Firma, Marken und Namen...
- » Dann kommentieren
- » Wer ist Autor
 - Der nicht nur schreibt aber auch liest, kommentiert...
 - ...und eingehende Kommentare antwortet
 - ...und Spass hat am Medium
- » Was ist das (originäre) Thema
 - am Rand der Grenze: Öffentlichkeit
- » Ghostwriting tut nicht

Achtung Werbung: namics ist an der Orbit-iEX

- » 20.05. 09.15-10.45 Top 10 Internet-Standards der Zukunft
- » 20.05. 13.15-14.45 Flash vs. Silverlight: Das grosse Duell
- » 21.05. 09.15-10.45 Können Software-Innovationsprojekte gefördert, geplant und geführt werden?
- » 21.05. 11.15-12.45 Content-Management-Systeme im Vergleich
- » 21.05. 13.15-14.45 Internet für alle – Virtuelle Grenzen überwinden
- » 22.05. 09.15-10.45 Web Analytics in der Praxis
- » 22.05. 11.15-12.45 Effiziente Rezepte für die Online-Kundengewinnung
- » 22.05. 15.15-16.45 CMS-Migration Best Practices
- » 23.05. 11.15-12.45 Enterprise Search: Google vs. Microsoft
- » **23.05. 13.15-14.45 Weblogs und Wikis im Firmeneinsatz
(zusammen mit Marcel Bernet)**
- » 23.05. 15.15-16.45 TV 2.0 im Business-Einsatz

Die Handouts stehen als Download zur Verfügung: blog.namics.com/vortrage

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.
(Download: <http://blog.namics.com/vortrage/>)

namics



juerg.stuker@namics.com