



Gode råd når virksomheden blogger

Det vigtigste er, at bloggen bliver en god kilde til jeres kompetencer og ekspertise. Bloggen vil være en form for markedsføringskanal, hvor I yder kundeservice. Om I er til rådighed for målgruppen, afhænger af om I aktiverer kommentarfeltet.

Med bloggen er I også med til at undersøge om jeres målgruppe, vil bruge tid på at læse mere information fra jer, og om de er sociale i den forstand, at de vil indgå i mere information med jer/fra jer på nettet, er der fx basis for, at I er på sociale medier.

Projektet vil gerne demonstrere brugen af blogs til faglig formidling, men vinklen er op til jer. Undersøg fx om der allerede findes online samtaler sted, eller om der bliver diskuteret emner, der relaterer sig til jeres ydelser, ressourcer mm., hvor I kan gribe bolden og en yde en service/lave en åbning med et blogindlæg. På den måde sikrer I, at I rammer et behov hos målgruppen.

- Skriv eventuelt første indlæg som en præsentation af bloggen og dem der blogger. Hvem er du/I, og hvad kan man forvente at kunne opleve hos dig. Lad det være en appetitvækker.
- Har I kontakt til relevante personer i målgruppen, så spørg dem ind til, hvad de finder relevant at læse mere om/blive oplyst om.
- Læg en plan for hvor ofte der udkommer et blogindlæg, og gør potentielle læsere opmærksomme på dette i de nyhedsbreve/-mails, hvor I præsenterer bloggen.
- Bloggen skal ikke bruges til direkte slagsfremstød. Bloggen er et sted, hvor I kan dele ud af gode råd, viden og svar på spørgsmål – ikke til pressemeddelelser og tilbud. (dem bliver målgruppen sikkert præsenteret for andetsteds.)
- Forhold jer hele tiden til, hvilket indhold der kan inspirere målgruppen.
- Har I aktiveret kommentarfunktionen inviterer I til debat, som kan genere nye ideer, kontakt og nye vinkler. En konstruktiv debat kan bidrage til bloggernes udvikling. Forhold jer til negativ feedback og gør plads til andre synsvinkler på bloggen, hvis de er konstruktive.
- Afhængig af hvor mange personer I blogger, er det en god idé at aftale, hvordan I sørger for, at tonen og kvaliteten er ensartet.
- Brug ikke nødvendigvis et formelt sprog. Vær gerne subjektiv og skriv i et let læst sprog, gerne med links til kilder, og hvad der ellers kan hjælpe læseren. Det er at foretrække, når man læser på nettet. Det er også med til at sikre, at det I præsenterer på bloggen ikke er en gengivelse af noget andet stof på jeres hjemmeside i samme form og tone.

- Lav mange afsnit, så det ikke bliver for tungt.
- Lav en god overskrift og husk at Google giver flere besøg, hvis du skriver en god overskrift med de ord, som folk i din målgruppe søger mest på.
- Det er altid en god idé at dele **billeder** eller en **video**, men det må ikke blive for reklameagtigt. Følg op med lidt tekst.
- Blogindlæg må ikke blive for lange. Lad dem ikke overstige ca. ½ side i Word.
- Det gode indlæg er et, som man ønsker at dele. Fremvis dit guld, og giv læseren lyst til at gemme dit indlæg.
- Forvent ikke at dine læsere engagerer sig og går i dialog med dit indlæg med det samme. Husk at dit indlæg skal indeholde noget fagligt relevant indhold, før din læser engagerer sig.
- Få flere læsere. Det kræver ofte, at du selv blander dig i forummer fx på Erfaland, så andre bliver opmærksomme på dig/bloggen. Det vil også være smart at dele dine blogindlæg på andre sociale medier som fx Facebook eller Twitter. Afhængig af hvor du selv/virksomheden er, og hvor du kan møde nye følgere.