

Unternehmens-Blog richtig einsetzen, aber wie?

16.09.2009, 17:00 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *merkenswert™ Kommunikationsagentur*

Presseagentur: *merkenswert™ Kommunikationsagentur*



Blogtrainer Karl-Heinz Wenzlaff

Hilft ein Corporate Blog zu verkaufen? Oder kostet es Unternehmen nur eine Menge Zeit und Geld diesen zu produzieren? Wie wird der Blog bekannt?

Im zweitägigen Workshop „Corporate Blogs richtig eingesetzt“ von 12. bis 13. November 2009 lernen Marketing- und PR-Verantwortliche, Werbeleiter, Kommunikationsmanager und -referenten, Freiberufler und Selbstständige mit beratungsintensiven Leistungen, wie sie ihren Blog konzipieren und richtig einsetzen. Die Wiener Kommunikationsagentur *merkenswert™* veranstaltet erstmals gemeinsam mit dem bekannten deutschen Blogtrainer Karl-Heinz Wenzlaff diesen praxisintensiven Workshop mit maximal 12 Teilnehmern in Wien.

Licht ins Corporate Blog-Dunkel

Corporate Blogs treten in unterschiedlichen Formen auf. In erster Linie dienen sie dazu, Kommunikations- oder Marketingziele des Unternehmens zu verfolgen. So bringen Produkt-Blogs höhere Umsätze im Online-Handel und vereinfachen die Marktforschung. Employee-Blogs fördern die Mitarbeiterbindung, Recruiting-Blogs erleichtern die Mitarbeitergewinnung und Kampagnen- und Messe-Blogs unterstützen die Produkteinführung.

Im neuen Workshop „Corporate Blogs richtig eingesetzt“ erarbeitet Wenzlaff gemeinsam mit Kommunikationsverantwortlichen, wie sie Blogs für ihre Unternehmensziele einsetzen, den Aufwand und Nutzen von Blogs kennen und beurteilen und welche Hebel Blogs für Umsatzsteigerung und Marktposition bieten. Das Besondere an dem Workshop ist die lockere Mischung aus Theorie- und Praxisteilen. Aus diesem Grund arbeitet jeder Teilnehmer an einem eigenen PC.

Mehr Infos und Anmeldung auf <http://www.merkenswert.at>

Portrait

Über merksenswertTM Kommunikationsagentur: Die Wiener Agentur merksenswert arbeitet speziell mit Unternehmen, denen es schwer fällt, den Nutzen und Wert ihrer Leistungen sichtbar und bekannt zu machen. Integrierte Kommunikation in der realen und digitalen Geschäftswelt ist das Kerngeschäft. Dabei steht die Formulierung des Markenversprechens an erster Stelle. Mehr Infos auf <http://www.merksenswert.at>

News-ID: 350478 • Views: 163 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/350478/Unternehmens-Blog-richtig-einsetzen-aber-wie.html>