

WordPress . YouTube . Pinterest . Software & Beratung

ROHINIE.COM

Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Darum ist ein
redaktioneller Kalender
sinnvoll!



Quelle: www.rohinie.eu

ROHINIE.COM Limited . 6 Bath Street . Ashby de la Zouch . LE65 2FH . UK Registered
in England and Wales No. 7590879 Telefon: +44 1530 588476 E-Mail: blog@rohinie.com
Twitter: @rohiniecomde Internet: www.rohinie.com (english) & www.rohinie.eu (deutsch)



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Wenn Sie nicht ständig neue und frische Inhalte veröffentlichen so wie Ihre Leser es von Ihnen erwarten, gibt es auch keinen Grund Stammleser Ihrer Publikationen zu werden. Wie entwickeln Sie eine ansehnliche Zahl an Followern für Ihre Website oder Ihren Blog, wenn niemand weiß, dass es sie noch gibt?

Zum Glück gibt es eine Lösung für dieses Problem. Sie nennt sich schlicht und einfach redaktioneller Kalender. Sie mögen jetzt denken, dass Festhalten am redaktionellen Kalender nimmt Ihnen alle Spontanität und den Spaß am Schreiben, aber das entspricht nicht der Wahrheit.

Was ist ein redaktioneller Kalender?

Der redaktionelle Kalender stammt aus den traditionellen Medien, vor allem Zeitungen und Zeitschriften. Das Ziel eines redaktionellen Kalenders ist es sicherzustellen, dass Medien dauerhaft frische Inhalte in einem geregelten Zeitabstand erstellen, der die Bedürfnisse der Produzenten von Inhalten, der Leser und der Anzeigenkunden abdeckt.

Die meisten redaktionellen Kalender beinhalten diese fünf Arten von Bereichen:

Die Abteilungen für die wichtigsten Bereiche des Interesses – Jede Publikation enthält Informationen über eine Vielzahl von Themen, die für die Leser von Interesse sind. Je fachbezogener eine Publikation ist, desto einfacher ist es, den Inhalt festzulegen. Einer dieser Bereiche kann der wichtige Bereich “Breaking News” sein.

Fortlaufende Themen – Beiträge hierzu erscheinen in nahezu jeder Ausgabe. Zum Beispiel können Magazine eine Rubrik “neueste Kosmetika” haben während es in Tageszeitungen das tägliche Kreuzworträtsel gibt.

Regelmäßige Spalten - Dieser Bereich ist für Expertenberichte. Kurze Beiträge erscheinen in jeder Ausgabe, der Kolumnist deckt ein Thema mit Leserinteresse ab. In Zeitungen wird dieser Bereich oft als Schlagzeile oder Aufreißer bezeichnet.

Ausführliche Berichte – Diese decken eine Vielzahl von verschiedenen Themen ab. Es kann ein Sonderbericht über ein fokussiertes Thema wie Technologie oder eine Messe sein oder sich auf ein regelmäßiges Kalenderereignis wie Weihnachten beziehen. Diese Berichte sind oft über das Jahr verteilt, um zusätzliche Kunden und Leser mit Themen wie die neue Herbstmode zu locken. Aus Sicht der Werbung ziehen sie zusätzliche und / oder spezielle Sponsoren an.



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Spezielle Angebote – Diese sollen weiteres Interesse an der Publikation, wo immer möglich, erzeugen. Zum Beispiel berichtet ein Gartenmagazin über Bepflanzung und Vegetationsperioden oder ein Lehrerzimmer-Magazin verfolgt das Schuljahr. Darüber hinaus ist es hilfreich, wenn sie Themen wie Urlaub, Events und große Sportveranstaltungen oder Firmenfeiern umfassen.

Selbst wenn Sie klein beginnen ist eine Teilmenge dieser fünf Kategorien auch in Ihrem Projekt vorhanden. Ihr Ziel sollte es sein, den Grundstein zum Aufbau einer Basis von Stammlesern zu legen.

5 Schritte zur Erstellung Ihres redaktionellen Kalenders

Aus der Marketing-oder Blogging-Perspektive ist ein redaktionelle Kalender nützlich für die Planung, welche gewährleisten soll, dass Sie wirklich regelmäßig veröffentlichen. Er hilft aber auch Ideen für neue Inhalte und Promotions zu entwickeln. Hier sind fünf Ideen, die Sie bei der Entwicklung Ihres persönlichen redaktionellen Kalenders für interessante Inhalte unterstützen.

Bestimmen Sie Kategorien von Interesse für Ihre Leser!

Dies sollte bereits Teil Ihres Planungsprozess sein. Es ist wichtig, dass Ihre Informationen den Bedürfnissen der Leser entspricht. Ihre Informationen sollten Fragen, die Ihre Leser haben, beantworten, damit sie wiederkommen. Eine Breaking-News-Kategorie sorgt dafür, dass auch zu ganz aktuellen Themen schnell etwas veröffentlicht werden kann.

Um herauszufinden, was Leser wollen, schauen Sie sich an, welche Themen und Gegenstände am meisten besucht, kommentiert und / oder geteilt werden. Bitten Sie zusätzlich nach Feedback. Berücksichtigen Sie aber, dass sich vor allem die lautstarke Minderheit mit Kommentaren bei Ihnen melden wird - vor Trollen sind Sie leider nicht sicher.

Definieren Sie regelmäßige Themen und Spalten!

Organisieren Sie Ihre regelmäßigen Beiträge oder konzentrieren Sie sich auf spezielle Themen, die Ihre Leser sich wünschen. Aus einer Marketing-Perspektive heraus bedeutet dies, finden Sie heraus, wo der Wunsch nach Information sich mit Ihrem persönlichen Wissen überschneidet.

Denken Sie auch an einen Gast-Kolumnisten damit Sie auch andere Sichtweisen zu bieten haben. Zum Beispiel könnte ein Produktmanager Leserfragen beantworten oder alternativ könnte jede Woche über ein anderes Projekt berichtet werden.



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Integrieren Sie zusätzliche Inhalte!

Im Großen und Ganzen bedeutet das Planungssicherheit und Raum für spezielle Themen, aktuelle Nachrichten und andere Medien-Formate. Es ist wichtig zu beachten, dass spezielle Themen und äußere Ereignisse wie eine große Messe oder Urlaub eingebunden werden können.

Die Veröffentlichung im Voraus planen!

Ihr Ziel ist es, neue Inhalte regelmäßig zu veröffentlichen. Natürlich kann dieser Aufwand je nach Anwendungsbereich unterschiedlich sein. Das hängt unter anderem auch davon ab, ob Sie der einzige Blogger sind oder ob eine ganze Marketingabteilung mit Rückgriff auf die Mitarbeiter der gesamten Firma verantwortlich ist.

Durch die Anordnung der Spalten und Funktionen wird sichergestellt, dass Autoren ihre Beiträge zeitnah einreichen und sie dann veröffentlicht werden, wenn Ihre Leser es erwarten. Dies gibt auch den Autoren eine Struktur für die Organisation ihrer Gedanken. Weiterhin ist es wichtig für die Bereitstellung von jeweils relevanten Inhalten.

Integrieren Sie die weiteren Marketingaktivitäten um die Wirkung zu maximieren!

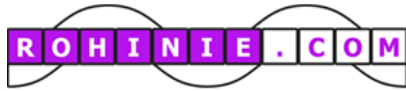
Mit einer regelmäßigen Veröffentlichung nach dem Kalender ist es einfach für Ihre Leser, sich den Besuch Ihres Blog zu einer Gewohnheit zu machen. Zusätzlich ist ein redaktioneller Kalender eine gute Idee, um Ihre Veröffentlichungen durch die Förderung neuer Wege ständig zu verbessern.

Dies umfasst eine breite Palette von Online-und Offline-Marketing-Kommunikations-Tools, wie Ihre laufenden E-Mailings, die Homepage, Ihr Auftritt auf Facebook, LinkedIn und natürlich Twitter.

Fazit: Manche Vermarkter und Blogger werden anfangs finden, dass ein redaktioneller Kalender sie einschränken wird. Er kann aber helfen, den Autoren und Bloggern die erforderliche Inspiration für den Ablauf der Arbeiten, die getan werden müssen, zu geben.

Aber sowohl Autoren als auch die Marketingabteilung werden Ihnen bestätigen, dass ein redaktioneller Kalender einer der großen und wichtigen Unterschiede zwischen dem professionellen Arbeiten und der mehr hobbymäßigen Veröffentlichung "je nach Lust und Laune" ist. Wenn Sie die maximale Wirkung Ihrer Bemühungen erhalten wollen, muss das Timing unter Kontrolle gebracht werden.

WordPress . YouTube . Pinterest . Software & Beratung



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

WordPress ist ein weit verbreitetes Softwaresystem zum Bloggen. Haben Sie persönliche Fragen zu WordPress oder dem Bloggen im Allgemeinen? Möchten Sie eine persönliche Beratung zur Umstellung Ihrer statischen Internet-Seite in ein modernes System mit WordPress? Klicken Sie einfach auf Kontakt - wir sind für Sie da!

Wenn Ihnen diese Informationen gefallen haben empfehlen Sie uns bitte weiter. Vielen Dank.

Mehr Informationen:

www.rohinie.eu

ROHINIE.COM Limited . 6 Bath Street . Ashby de la Zouch . LE65 2FH . UK Registered
in England and Wales No. 7590879 Telefon: +44 1530 588476 E-Mail: blog@rohinie.com
Twitter: @rohiniecomde Internet: www.rohinie.com (english) & www.rohinie.eu (deutsch)