

lernleben - partner Bloganleitung

Warum überhaupt ein Blog

89% der Menschen beginnen einen Entscheidungsprozess mit einer online Suche.

Knapp 4 Millionen Österreicher sind auf facebook.

Wir sind im Durchschnitt 160 Minuten pro Tag „online“. Der durchschnittliche User verbringt davon 42 Minuten – also alleine ein Viertel seiner Zeit auf facebook.

Erreiche mit Blogs deine Kunden am Bildschirm

60% der Menschen klicken auf das erste Suchergebnis einer online-Suche, auf das vierte Ergebnis nur mehr 5%.

Kurze, prägnante Inhalte mit Mehrwert sind auf dem Vormarsch. Der Blog ist hier ein sehr beliebtes Mittel.

Sprich mit deinem Kunden

Ein Blogbeitrag ist wie ein Gespräch mit einem interessierten Klienten/Kunden. Er hat Fragen und man liefert ihm Antworten. Er hat Probleme und man zeigt Lösungen auf. Ein Blog ist das Salz in der Suppe eines professionellen Online – Auftritts.

Richtig gemacht kommt er bei den Lesern an, die sich dafür interessieren und diese werden möglicherweise zu Kunden.

Im Blog kannst du mit deinem **Fachwissen** glänzen und es schaffen mit deiner Expertise und den **Hilfestellungen**, die du gibst **Vertrauen aufzubauen** und vielen Menschen zugänglich zu machen. Zu Hause am Laptop, im Bus am Smartphone oder um einfach Wartezeiten des Alltags sinnvoll zu überbrücken.

Erreiche deine Zielgruppe und sprich Sie an

Wir arbeiten bei lernleben.at an der Erreichbarkeit deiner Zielgruppen. Mit deinen Inhalten, kurzen und prägnanten Informationen kannst du sie dann für dich begeistern.

Zeige deine Expertise – dein Fachwissen – deine Leidenschaft

Wie oft beantwortest du – mit entsprechender Geduld und auch Wertschätzung – die immer wiederkehrenden Fragen von Klienten/Teilnehmern?

Nutze mit einem Blog die Möglichkeit genau dieses Fachwissen vielen Menschen deiner Zielgruppe einfach - 24h am Tag und 7 Tage die Woche - zugänglich zu machen.

Die 3 Kernelemente eines jeden Blogbeitrages

Sie erfüllen den Zweck für den User und für den Autor. Wenn man einen Blogbeitrag mit einem Beratungsgespräch vergleicht, ergeben sich folgende Elemente

Das Ziel

Der User kann deine Expertise erkennen und es entsteht eine Vertrauensbasis. So wird er wieder an dich herantreten und früher oder später ein Klient werden oder dich auch weiterempfehlen. Der User soll wissen, dass du seine Bedürfnisse ansprichst und wie er dich erreichen kann.

Der Nutzen / Mehrwert

Der **Nutzen** des Beitrages können **Antworten auf Fragen, Handlungsempfehlungen** oder **Hilfestellungen** sein – von dir als Experte. Der User muss am Ende mehr wissen als vorher – und wenn es nur eine relevante Information ist.

Die Handlung

Letztes Element ist die **eine Handlung**, die vollzogen werden soll. Du hast passend zu deinem Beitrag und den Antworten einen Kurs im Angebot? Dann bekommt er mit dem nächsten Klick mehr Infos dazu.

Wichtig ist hierbei, dass **nur eine Handlung** gesetzt werden soll.

Warum dein Blog auf lernleben

Damit deine Inhalte auch deine Zielgruppen bzw. neue Kunden erreichen braucht es im Hintergrund viel technisches Wissen.

Wir stellen mit lern**leben**.at ein professionelles Fundament bereit, damit deine Expertise deine Zielgruppe und die User am Ende dich und dein Angebot erreichen.

Ein Blogbeitrag ist Teil deiner digitalen Visitenkarte und deiner Dienstleistungen. Hier lohnt es sich ein wenig Zeit zu investieren.

Wir arbeiten ständig aktiv an der Reichweite und Sichtbarkeit für dein Angebot.

Zeit für Inhalte – kümmere dich ums Wesentliche

Du hast dich jahrelang weitergebildet, unzählige Kurse besucht und Bücher gelesen.

Du betreust Klienten und hast schon viele Erfahrungen gemacht, die du gerne teilen möchtest, weil du weißt, dass es vielen Menschen so geht.

Wir von lern**leben** möchten, dass du dich auf das Wesentliche konzentrieren kannst – den Inhalt.

Wir unterstützen dich in der Erstellung, Überarbeitung und Veröffentlichung deiner Beiträge.

Formatierung des Textes / Links

Um eine schnelle Bearbeitung durch unsere Redaktion möglich zu machen, bitte beachte folgende Anweisungen. Hier gilt so einfach und übersichtlich wie möglich.

1. Schreibe deinen Blogbeitrag in einem Word-Dokument
2. Du brauchst keinerlei Farben oder andere grafische Stilmittel verwenden
3. Markiere die Hauptüberschrift mit **H1 & fett** – **H1: Das ist meine Überschrift**
4. Zwischenüberschriften – je nach Ebene - einfach mit H2 und H3 markieren (wie oben)
5. Wenn du einzelne Wörter oder Wortgruppen in deinem Beitrag hervorheben willst, dann mach sie im Text einfach **fett**
6. **Link** – wenn du einen Link unter ein Wort oder eine Wortgruppe setzen willst um beispielsweise auf einen anderen Beitrag zu verweisen, dann unterstreiche den zu verklinkenden Text und kopiere am Ende deinen Link zwischen die Klammern [Link: www.lernleben-partner.at]
7. **Bilder**: Gerne kannst du Bilder für deinen Blogbeitrag mitschicken.
 - a. Am besten sind eigene Fotos, da du hier am authentischsten wirkst
 - b. Wenn du andere Bilder übermittelst, dann stelle bitte sicher, ob du Lizenz und Verbreitungsrechte besitzt
 - c. Alternativ findest du Fotos auf <https://stock.adobe.com/at/> - suche dir eines aus und übermittle uns den Link

lernbloggen – in 4 Phasen

Wir haben für dich eine Schritt-für-Schritt Anleitung erstellt, wie du deinen lernLeben-Blogbeitrag gestaltest.

Nimm dir Anfangs ein wenig mehr Zeit mit dieser Anleitung zu arbeiten. Mit der Zeit werden viele Schritte selbstverständlich und automatisch. Deine Blogbeiträge beanspruchen nur mehr einen Bruchteil deiner Zeit bei derselben oder höherer Wirkung.

Voraussetzungen

Für die Erstellung eines Blogbeitrages gibt es 5 Voraussetzungen, die ihr beachten müsst, bzw. an denen ihr eure Themenauswahl anlehnen sollt.

- 1) **Deine Zielgruppe:** Beobachtet euren Alltag. Was werdet ihr gefragt? Wie gehen Menschen auf euch zu?
- 2) Es braucht: **Antworten auf Fragen, Lösungen für Probleme, Anregungen und Handlungsanreize** – Nutzen und Mehrwert für den Leser.
- 3) Jeder Blog braucht **ein Ziel** – und das ist **ein konkreter Handlungsreiz** am Endes des Beitrags. Der User soll **eine Aktion** machen, die mit dem Thema zu tun hat. Ein Klick auf eine konkrete Veranstaltung, Ein Klick auf die entsprechende Dienstleistung oder einfach der Klick dein Profil.
- 4) **Informationen/Fakten:** 3-4 Fakten pro Blog reichen aus. Der Leser soll in deine Welt eingeladen werden und Lust auf mehr bekommen. Es ist den meisten klar, dass man jedes Thema viel mehr in die Tiefe behandeln kann
- 5) **Story/Geschichte:** Menschen lieben gute Geschichten. Wenn 1)-3) erfüllt ist, dann ist auch die Geschichte gut

Phase 1: Idee und Konzeptionierung

Es gibt unzählige Methoden, wie man Ideen generiert. Hier kann probiert werden und du kannst die Methode finden, die zu dir passt.

Das Brainstorming und das freie Spiel der Gedanken mit Stift und Papier eignet sich sehr gut zur ersten Themensuche. Nehmt euch ein wenig Zeit und lasst euren Gedanken freien Lauf – zunächst ohne jede Einschränkung. Oft muss man um die Ecke gehen, um zum Ziel zu gelangen.

Geht mit offenen Augen und Ohren durch euren Alltag, in Gesprächen mit Freunden, Familie und Klienten.

Nehmt euch ein kleines Notizbuch, legt eine Ideendatei in eurem Computer an – und tragt alles ein was euch so einfällt.

Themenanregungen

- Was sind die 3 häufigsten Fragen, die dir Patienten/Klienten stellen?
- Was sind die 3 häufigsten Fragen, die dir Menschen stellen, die nicht genau wissen was du machst – es sie aber sichtlich interessiert.
- Was ist deine schönste Klienten-/Patientengeschichte?
- Was sind die häufigsten Missverständnisse/Mythen über deinen Berufszweig?

Wichtig: Bitte achte darauf, ob das Thema auf lernleben.at schon mal behandelt wurde.

Wenn das so ist, dann kannst du dich gerne auf das Thema beziehen und es weiterdenke und aus anderen Perspektiven betrachten und neue Aspekte hinzufügen.

Phase 2: Recherche / Überschriften / Zwischenüberschriften

Du hast ein Thema gefunden? Dann beginnt die Recherche. Wenn es deinen Fachbereich betrifft, dann fällt eine Recherche sicher ein wenig leichter.

Die Formulierungen der Überschrift und knackige Zwischenüberschriften begleiten den Rechercheprozess.

Überschrift

Samble mehrere Überschriften – Sie sind gemeinsam mit dem Bild der entscheidende Faktor der Ansprache, ob der User überhaupt anfängt zu lesen.

- Sprich den User direkt an und gibt ihm das Gefühl, dass du jetzt mit ihm sprichst.
- Der User muss vom ersten Moment an wissen, warum er den Artikel lesen soll
- Biete schon in der Überschrift ein Lösungsversprechen
- Neugier wecken & Emotionen auslösen
- Baue – wenn möglich – Zahlen ein.

Auch die wichtigsten Fakten werden gleich notiert. Es muss ja auch nicht bei einem Beitrag zu einem Thema bleiben.

Für die Recherche eignen sich natürlich deine Fachbücher, Skripten und Unterlagen, die du im Laufe der Zeit gesammelt hast. – für die schnelle Nachvollziehbarkeit für den User braucht es aber auch Verlinkungen. Auch hier ist das einfache Kopieren von Texten nicht erlaubt. Eine sinngemäße Wiedergabe mit einem entsprechenden Verweis (Link) ist auch hier notwendig.

Wenn du aus Fachbüchern, Skripten oder Unterlagen zitierst, dann kannst du auch im Internet rechecken, wo du mitunter diese Aussagen noch finden kannst.

Achte auf die Qualität der Quellen/Webseiten die du angibst. Nur weil es im Netz steht, muss es noch lange nicht stimmen.

Natürlich sind auch Audio- oder Videobeiträge als Quellen nutzbar und können verlinkt werden.

Phase 3: Inhalt / Formulierung

Die Recherche ist soweit abgeschlossen, die **Überschrift** und die **Zwischenüberschriften** wurden festgelegt – nun geht es an die Formulierung der Inhalte.

Hier gilt die Devise, dass der Nutzer jede Sekunde mit nur einem Klick wieder in den Tiefen des Netzes verschwinden kann, also müssen wir ihn an den Beitrag fesseln. Er muss neugierig bleiben und darf nicht gelangweilt werden.

Das Wichtigste zuerst

Sage das Wichtigste zuerst, dann erkläre es und fasse es am Ende zusammen.

Bei 160 Minuten durchschnittlicher täglicher Online-Zeit kämpfen deine Inhalte darum 2-3 Minuten des Users. Deshalb gilt für deinen Textbeitrag:

„So lange wie nötig, so kurz wie möglich.“

Für die Inhaltserstellung gibt es 7 klare Regeln

- 1) Versuche immer das **Bedürfnis deiner Zielgruppe** anzusprechen – das ist ja der Grund warum der Beitrag gelesen wird. Recherchiere auch in deiner Zielgruppe
- 2) **Keine kopierten Inhalte** anderer Seiten oder gar aus wikipedia ohne Verweis. Kopierte Inhalte werden erkannt und senken die Qualität deines Beitrages.
- 3) *Keine Floskeln und Füllsätze*. Der User springt ab, sobald er sich langweilt. Und er kommt so schnell nicht wieder
- 4) **Zitate & Sprüche**: Vermeide Sie – besonders als Einstieg. Ihr Einsatz sollte gut überlegt sein. In der Regel bringen Sie dem User keinen Nutzen.
- 5) Konzentriere dich auf den **Nutzen** und mach den **Mehrwert** für den User greifbar
- 6) Rechtschreibung / Grammatik
- 7) **Flotte Schreibe**
 - a. Verwende aktive kurze Sätze
 - b. Keine Fremdwörter oder Fachbegriffe
 - c. Sprache der Zielgruppe verwenden

Phase 4: Der Feinschliff

Nun kannst du deinen Beitrag nochmal in Ruhe überprüfen. Anbei nochmal die wichtigsten Punkte.

Die Ansprache – Bild, Überschrift, Zwischenüberschriften

80% der Nutzer lesen nur Überschriften. Klickt niemand auf die Überschrift, so liest auch niemand den Artikel.

Ob wir einen Beitrag im Internet uns anschauen, entscheiden wir in Bruchteilen einer Sekunde. Hier zählen das Aufmacherbild und die Überschrift. Die Zwischenüberschriften sollen uns weiterlesen lassen und führen uns durch den Beitrag.

Allein durch das Lesen der Überschriften und Zwischenüberschriften muss klar sein, worum es in dem Artikel geht.

Das Layout

Da es unterschiedliche Typen von Lesern gibt, sollen mit einem guten Mix aus Bildern, Überschriften, Text und Verlinkungen möglichst viele angesprochen werden.

Das Layout wird von der Redaktion fix vorgegeben und ermöglicht es dir, die richtige Ansprache zu treffen. Ebenso ist die Redaktion bei der Bildauswahl behilflich.

Die Handlungsaufforderung – „Call to action“

Wir haben es geschafft. Wir haben deine Zielgruppe erreicht, das Bild und die ÜS hat sie angesprochen, ein Nutzen war von Anfang an erkennbar, der Text wurde gelesen. Und jetzt?

Jeder Beitrag hat nur ein Ziel – der User soll, **am Ende eine der folgenden Handlungen setzen**:

- Auf dein Profil klicken für weitere Informationen zu dir
- Auf weitere Beiträge für mehr Informationen
- Auf eine konkrete Dienstleistung, die du anbietest
- Auf eine deiner Veranstaltungen

Rechtlicher Hinweis

Für die Veröffentlichung von jeglichen Inhalten gelten die ABG der lernleben gesundheitsmarketing KG. (<https://www.lernleben-partner.at/agb/>)

Für die Rechte an übermittelten Bildern für die Blogbeiträge haftet ausschließlich der Partner. Er muss sicherstellen, dass er über die Urheber- bzw. Lizenzrechte für übermittelte Bilder verfügt.

Alternativ kann über <https://stock.adobe.com/at/> ein Foto ausgewählt und der link übermittelt werden - wir kümmern uns darum.

Überarbeitung, Optimierung und Veröffentlichung auf lernleben.at

Du hast deinen Blogbeitrag nach der Anleitung erstellt?

Du bist dir aber trotzdem nicht sicher? – Kein Problem – Schick uns den Beitrag – blog@lernleben-partner.at

Die lernleben-Redaktion überarbeitet ihn in Hinblick auf Formulierung(en), Layout und Formatierung und stellen ihn dann online.