

Inhalt

Vorwort zur Neuauflage 2017	7
Einleitung	9
Bekanntheit, neue Kunden und höhere Honorare mit verschenktem Wissen	9
1. Kapitel: Reich und berühmt mit verschenktem Wissen?	17
Die Wissensstrategie und der erfolgreiche Balanceakt in der Gratskultur	17
Die Erfolgsfaktoren der Wissensstrategie	21
Warum sich werteorientiertes Handeln lohnt	24
Wissen teilen, damit die Welt besser wird – Interview mit dem Wissenschaftler, Philosophen und Speaker Prof. Dr. Gunter Dueck	25
Das <i>Prinzip kostenlos</i>	29
Worin besteht das rare Gut?	32
Zur Psychologie des Weitersagens	34
PR-Doktor: ein Erfahrungsbericht	42
2. Kapitel: Die eigene Ware und ihren Wert kennen	51
Positionierung, Planung und Strategie der Wissensvermarktung	51
Was kostet es? Was bringt es ein? Ressourcen und (Zeit-)Budget	62
Ihr Wissen ist nicht einzigartig – Ihr Können schon	67
Du bist, wie du schreibst – schreibe, wie du sein willst	70
Was ist Ihr bevorzugtes Medium?	78
»Menschen merken sich sehr genau, wer gute Inhalte liefert« – Interview mit Klaus Eck, Unternehmensberater und Speaker	81
3. Kapitel: Wissen, wo und wie für wen: Die richtigen Kanäle und die passenden Inhalte	87
Wissen für Wunschkunden: Was Ihre Zielgruppe wirklich interessiert	87
»Wieder nur Socken!« – Die Gefahren zu großer Versprechen	93
Netzwerken als Basis für ein erfülltes Leben – Interview mit Sabine Asgodom, Erfolgscoach, Autorin und Speaker	101
Vom Wert persönlicher Beziehungen: Netzwerken	104
»Wenn jeder für das Gute gibt, gewinnen alle« – Interview mit Greta Andreas, Speakeragentin und Positionierungsexpertin	112
Wie Sie Ihr Wissen an Ihre Zielgruppen bringen	115
»Nicht versuchen, einen Fisch mit einem Schokoriegel zu locken« – Interview mit dem Chefarzt Dr. Gernot Langs	121
4. Kapitel: Ihre Wissenszentrale im Web	125
Die eigene Plattform planen und aufbauen	125
»Blog« oder nicht Blog?	126
Wer bloggt für das Unternehmen?	128
»Ein Blog ist kein stupider Verkaufstrichter« – Interview mit Rouven Kasten, Leiter Digitale Kommunikation einer Bank	129
Wie soll es denn heißen?	132
Lokal, regional, national oder global?	135
Welche Kommunikationsziele erreicht ein (Corporate) Blog?	136
»Transparenz kommt an« – Interview mit der Karriereberaterin Svenja Hofert	137



Umsetzung: der Aufbau Ihres Blogs	141
Die richtige Basis: technische Grundlagen	143
Die Gestaltung muss zum Inhalt passen	146
Benutzerfreundlichkeit: Die Form folgt der Funktion	149
Die erste Info muss sitzen: Rahmen und Elemente Ihres Blogs	152
Aufbau der einzelnen Beiträge	159
Multimediale und interaktive Inhalte	161
»Das Prinzip kostenlos hat mich gerettet« – Interview mit dem Podcaster Gordon Schönwälder	166
Inhaltliche Planung und Strategie	172
Immer neue, spannende Themen finden	175
Kommentare im Blog: aktivieren und moderieren	178
Vernetzung mit anderen Blogs	182
Virale Effekte planen?	185
Rechtliche Fragen	186
Was ist jetzt zu tun?	186
»Gute Inhalte profitieren voneinander« – Interview mit dem Rechtsanwalt Thomas Schwenke	188
Wer ist der richtige Profi für Sie?	191
Wo finden Sie geeignete Anbieter?	194
5. Kapitel: Social Media für Wissensteiler	197
Verantwortungsbewusst im Netz unterwegs	205
Social Media in der Wissensstrategie	206
Bauen Sie sich Ihr eigenes Netz: So landen Sie im Social Web	211
Ihre Social-Media-Workaround	213
Wie sieht das perfekte Social-Media-Profil aus? – Interview mit der »Profilagentin« Kixka Nebraska	215
»Warum folgt mir denn keiner?« – Follower, Fans, Kontakte gewinnen	218
Der richtige Umgang mit Kritikern und Krisen	228
Monitoring: beobachten, überwachen, auswerten ... und weiter?	230
»Man merkt, dass ich liebe, was ich tue« – Interview mit Melanie Kohl, Mentalcoach und Yogalehrerin	234
6. Kapitel: Ab jetzt wird es kostenpflichtig	237
Wenn der erste Interessent anruft ...	237
Soll man Inhalte monetarisieren?	240
Der entscheidende Schritt vom Content zum bezahlten Auftrag	240
»Ich musste lernen, in welcher Dosis ich Wissen weitergebe« – Interview mit der Unternehmensberaterin Nadja Lüders	242
7. Kapitel: Auf Dauer erfolgreich als Wissensteiler	247
Erfolge verstetigen und ausbauen	247
Meilensteine des Erfolgs	250
Bugfixing: Was tue ich, wenn ...?	250
Viel Erfolg!	254
Anhang	255
Glossar	259

