

PRESSEMITTEILUNG

So bloggen Sie sich zur Lifestyle-Queen

Warum sind einige Lifestyle-Blogs erfolgreicher als andere? Mag. Viktoria Egger, Inhaberin der Digitalagentur August und selbst leidenschaftliche Bloggerin gibt Tipps, was einen erfolgreichen Blog ausmacht und spricht über absolute No-Go´s beim Bloggen.

Wien, 01.11.2014 – Sie sitzen in den Front-Rows der coolsten Modeschauen, bereisen die Hot-Spots dieser Erde, nächtigen in schicken Hotels und essen in den weltbesten Lokalen. Die Rede ist von den angesagtesten Lifestyle-Bloggern. Dieses Blog-Dings-Bums kann doch jedes Kind denken Sie?

“Es gibt unzählige Blogs da draußen, die nicht schlecht sind. Wer allerdings mit seinem Blog Erfolg, Aufmerksamkeit und viele Leser haben möchte, der muss sich gerade im Lifestyle-Segment gegenüber der Konkurrenz massiv abheben”, erklärt Mag. Viktoria Egger. Die Digital- und Online-Marketing Expertin zählt in den sozialen Netzwerken zu den “early adopters” und organisiert regelmäßige Blogger-MeetUp Gruppen, wo sie ihr Wissen weitergibt. Ihr Motto: Bloggen ja unbedingt, aber bitte richtig!

Tipp 1: Die Software macht's

00011011, sprich Binärcode, war gestern! Die technischen Anforderungen sind heutzutage sehr gering und es ist einfach einen Blog selbst zu erstellen. Die Wahl einer guten Blog-Software ist dennoch entscheidend. Besonders einfach zu bedienen ist das CMS (content management system) des Blog-Anbieters WordPress.com. Hier stehen außerdem viele SEO (search engine optimization) Themes und eine Menge Plugins zur Verfügung.

Tipp 2: Mit Regelmäßigkeit ins Rampenlicht

Nur wer regelmäßig aktiv an seinem Blog arbeitet und seine Ziele und dabei seine Zielgruppe nicht aus den Augen lässt, wird nach oben kommen. In Sachen Lifestyle-Blogs sind drei bis vier Beiträge pro Woche ideal. Im Zweifelsfall aber lieber weniger posten, damit die Qualität nicht leidet.

Tipp 3: Sei einfach du selbst

Man erkennt sofort an den Inhalten eines Blogs, ob jemand dahinter steht, der seine Leidenschaft lebt, oder nicht. Blogger, die sich verstellen, sind furchtbar und ein absolutes No-Go ist es Artikel von anderen Blogs widerzukauen. Eigenständige Texte und Inhalte sind das A und O. Der Beste Tipp: Tue es einfach! Es gibt immer wieder Lifestyleblogger, die Angst vor dem "next level" haben und sich nicht trauen mehr aus ihrem Blog zu machen. Es zu probieren und Energie dort hineinzustecken, wo es einem am meisten Spaß macht, führt zum Erfolg.

Tipp 4: Transparenz ist fair

Ein weiteres No-Go ist die Nicht-Kennzeichnung von bezahlten Beiträgen. Es ist in Ordnung Geld mit Werbeeinschaltungen zu verdienen und bloggen als Job zu sehen, aber bitte fair. Ein Blog ist ein Online-Medium und deshalb müssen Beiträge, die gesponsert sind, dementsprechend gekennzeichnet sein. Nur so schafft man Transparenz und geht auch ehrlich mit seinen Lesern um.

Tipp 5: Mit Maß und Ziel

Natürlich gilt es gerade am Anfang durchzuhalten und die eigenen Beiträge auf sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Instagram zu promoten. Es ist allerdings ein No-Go alles zigmal mit dem gleichen Inhalt auf diversen Plattformen zu posten, um auch die „low user“ zu erreichen, das nervt die Fans. Hier ist es hilfreich sich als Blogger in die Rolle des Lesers hineinzusetzen und mit Maß und

Ziel zu arbeiten.

“Ein Paradebeispiel eines gelungenen Blogs kommt übrigens aus Mexiko und es dreht sich alles rund um das Thema Hochzeit – A Beautiful Mess (www.abeautifulmess.com). Ein tolles Beispiel, wie man ein Business rund um einen Blog aufziehen kann”, so Viktoria Egger. Ihr persönlicher Lieblingsblog in Sachen Reisen & Lifestyle ist Lilies Diary (www.lilies-diary.com) - *„sehr authentisch in Wort, Bild und Film ist selten jemand und das macht einfach Spaß“,* so die Blog-Expertin.

Über August:

August mit Firmensitz in Wien wurde von Mag. Viktoria Egger gegründet. Die Kernkompetenz der inhabergeführten Digital- und Online-Marketing Agentur liegt in maßgeschneiderten Gesamtlösungen aus einer Hand: strategische Beratung, Kreation, Umsetzung (Bindeglied zu IT-Experten) und – last but not least – Vermarktung. Im Mittelpunkt steht neben persönlicher Betreuung dabei immer der „business impact“ der Lösungen. Auf die hohe Branchenkompetenz vertrauen namhafte nationale und internationale Unternehmen, darunter u.a. die Wörthersee Tourismus GmbH.

Weitere Informationen: www.august.at