
ADBAKER'S

GUEST
BLOGGING
GUIDELINES



WWW.ADBAKER.DE

*“BE A YARDSTICK OF QUALITY.
SOME PEOPLE AREN’T USED TO AN
ENVIRONMENT WHERE EXCELLENCE
IS EXPECTED.”*

- STEVE JOBS -

Welcome To The Family!

Wir freuen uns, dass du Team Adbaker als Autor beitreten möchtest und können es kaum erwarten deinen Beitrag zu veröffentlichen.

Wir sind überzeugt davon, dass unsere Leserschaft und wir einiges von deiner Expertise mitnehmen können und danken dir für deine Bereitschaft, uns an deinem Knowhow teilhaben zu lassen.

In a nutshell: you rock!

Bevor du mit dem Schreiben loslegst, haben wir einen Guide erstellt, der dich bei der Beitragserstellung unterstützen soll. Wir haben versucht ihn so kurz wie möglich zu halten und bitten dich, einen Blick darauf zu werfen bevor du loslegst.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und wünschen dir viel Freude beim Schreiben! Bei Rückfragen stehen wir dir natürlich 24/7 zur Verfügung.

Deine Adbaker Family,

Michael Brenner Patrick Dermak

OUR MISSION

Adbaker hat ursprünglich als Performance Marketing Agentur begonnen. Nachdem unser Team gewachsen ist, haben wir zusätzlich unser „Blog Projekt“ in Angriff genommen.

. Es war an der Zeit Strategien, die im deutschen Raum weitestgehend unbekannt waren, einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.

Warum? Weil wir es lieben unser Knowhow mit anderen Menschen zu teilen und täglich miterleben wollen, wie Unternehmen mithilfe unserer Strategien messbar wachsen und ohne Performance Marketing nicht mehr leben können.

Wir lieben es erstaunte Gesichter zu sehen à la: „das kann ich mit Facebook alles machen? Das ist Retargeting? Ist ja krass! Danke, das probiere ich gleich mal aus!

Wir wollen viele solcher Gesichter sehen und laden dich dazu ein, die wundervolle Welt des Performance & Social Media Marketings vielen Menschen ein Stück näher zu bringen.

OUR AUDIENCE

Unsere Leserschaft ist ein bunter Mix aus Marketern, kleinen Unternehmen, Startups und Konzernvertretern im Bereich Social Media Marketing. Der Kenntnisstand unserer Leser ist schwerpunktmäßig im Bereich Beginner & Intermediate anzusiedeln. Es sind aber auch echte Marketing Rockstars unter ihnen.

Die Interessen liegen dabei auf „How-To“ Artikeln, Reviews und Videos im Bereich Facebook, Google+, Twitter, LinkedIn, YouTube und Blogging.

Unsere Leser sind „Action Taker“ und lieben Tipps, wie sie ihre Unternehmen mithilfe von Social Media Marketing messbar skalieren können. Schritt-für-Schritt Lösungen, wie ein spezifisches Problem gelöst wird, kommen dabei besonders gut an.

OUR QUALITY STANDARDS

Quality²

Die Marke Adbaker steht für höchste Qualität im Social Media Marketing Bereich. Man hört diesen floskelhaften Leitsatz sehr oft, jedoch lebt unser Team diesen Grundsatz bis ins kleinste Detail.

Unsere Philosophie lautet: **don't be good, be exceptionally great.**

Unsere Leser sehen uns als Garant für die besten Inhalt im Social Media Marketing Bereich und wir wollen diesem Anspruch bedingungslos gerecht werden.

We love infotainment

Sei professionell und vermittele wertvolle Informationen auf allerhöchstem Niveau. Gleichzeitig solltest du dich auch als Entertainer verstehen. Versuche Inhalte bildhaft und mit Witz und Charme zu vermitteln. Auch ein schlechter Witz ist besser als gar kein Witz.

Grammatik und Rechtschreibung

Obwohl unser Team deinen Artikel auf sprachliche Ungereimtheiten überprüfen wird, bitten wir dich, einen auch in sprachlicher Hinsicht nahezu perfekten Artikel einzureichen. Nicht, weil wir jegliche Mühe

vermeiden wollen, dich bei der Veröffentlichung eines Artikels zu unterstützen, sondern weil wir äußerst ungern Korrekturen an deinen Beiträgen vornehmen.

Beitragslänge

Die Beitragslänge richtet sich nach dem Einzelfall sowie dem vermittelten Inhalt. Wir veröffentlichen kurze aber auch gerne längere Artikel.

Grundsätzlich gilt: In der Kürze liegt die Würze.

Schreibe jedoch so wenig und gleichzeitig auch so viel wie notwendig, um dein Thema umfassend abzuhandeln. Hinsichtlich der Beitragslänge kannst du dich an bereits veröffentlichten Artikeln auf www.adbaker.de orientieren.

Our Dont's

Sofern es sich nicht um rein sprachliche Korrekturen handelt, werden wir den Artikel nicht ohne deine Einverständnis verändern.

Alle inhaltliche Änderungen werden in Rücksprache mit dir erfolgen.

Im Gegenzug bitten wir dich, deinen Beitrag nicht zu benutzen, um deine Produkte / Services zu bewerben (nutze dazu bitte die Autorenbox). Benutze nur Bilder an denen du Rechte hast. Falls du bestimmte Fotos benötigst, stellen wir dir in diesem Zusammenhang gerne Shutterstock Fotos kostenlos zur Verfügung.

Klare Strukturen

Sofern möglich, gliedere bitte den Artikel in drei Teile: Einleitung, Hauptteil und Schluss.

Einleitung

Die Einleitung sollte das Lesen schmackhaft machen und einen kurzen Überblick über das Kernthema bieten.

Stelle ferner fest, welche Fragen und beantwortet wirst, welche Ziele du mit dem Artikel verfolgst und, was der Leser deines Beitrags lernen wird.

Beispiel: In diesem Beitrag werden wir eine zentrale und oft gestellte Frage beantworten: was kostet Facebook Werbung?

Hauptteil

Der Hauptteil ist das Herz deines Artikels. Hier gilt die alte Mär von „what, why & how.“ Nehme deinen Leser an die Hand und führe ihn Schritt-für-Schritt ans versprochene Ziel. Verwende dabei unbedingt

Bilder und Screenshots. Natürlich kannst du auch gerne Screencasts aufnehmen!

What: Was ist konkret zu tun?

Beispiel: Erstelle eine Fan Page.

Why: Warum ist dieser Schritt notwendig? Welche Vorteile bringt dieser Schritt mit sich?

Beispiel: Installiere eine Fan Page, weil sie die Grundlage deiner Social Media Präsenz ist und die Effektivität deiner Facebook Kampagnen steigern wird.

How: Wie wird dieser Schritt vorgenommen? Welche Tools muss ich nutzen? Mit anderen Worten – es geht hier um die „Gebrauchsanweisungen“ für die Ausführung des konkreten Schrittes.

Beispiel: In dem folgenden Video wirst du erfahren, wie man eine Fan Page erstellt sowie welche Besonderheiten es dabei zu beachten sind.

Diese Ausführungen gelten vor allem für How-To Artikel, die eine gewisse Vorgehensweise darlegen und den Leser Schritt-für-Schritt von Punkt A (keine Fan Page) zu Punkt B (Fan Page) führen sollen. Der Aufbaustrang kann auch bei anderen Artikelformen verwendet werden.

Schluss

Ein paar „Closing Words“ tun jedem Artikel gut. Schließlich hast du deine Leser auf eine Reise in die fantastische Welt des Marketings mitgenommen und solltest sie auch gebührend verabschieden.

Beispielsweise kannst du deinen Artikel mit einem kurzen Wrap-up beenden oder deine Leser dazu animieren, das Gelernte in die Tat umzusetzen sowie (zur Motivation) die Vorteile ihres Handelns nochmals hervorheben.

OUR PROCESS

Zunächst freuen wir uns auf deine Ideen und Themenvorschläge. Gerne schlagen auch wir dir ein Thema vor, lassen dir aber natürlich Vortritt.

Nachdem wir uns auf ein Thema geeinigt haben und du einen Artikel verfasst hast, bitten wir dich dein Meisterwerk an hello@adbaker.de zu senden. Daraufhin werden wir dir innerhalb von ca. zwei Tagen Feedback geben und den Zeitpunkt der Veröffentlichung deines Artikels mit dir abstimmen.

In einem separaten Dokument bitten wir dich, eine Beschreibung über deine Person (max. 200 Zeichen) samt Bilddatei einzureichen sowie eine Website, auf die der Blogartikel verlinken soll.

Die Autorenbox wird dabei wie folgt erscheinen:

Über den Autor



Patrick

Patrick ist Performance Marketer und Co-Founder von Madfox Media. Er betreut Start-ups und internationale Konzerne im Bereich Facebook Marketing und Mobile Advertising.

Alle Beiträge Ansehen