Peter Kovacs

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

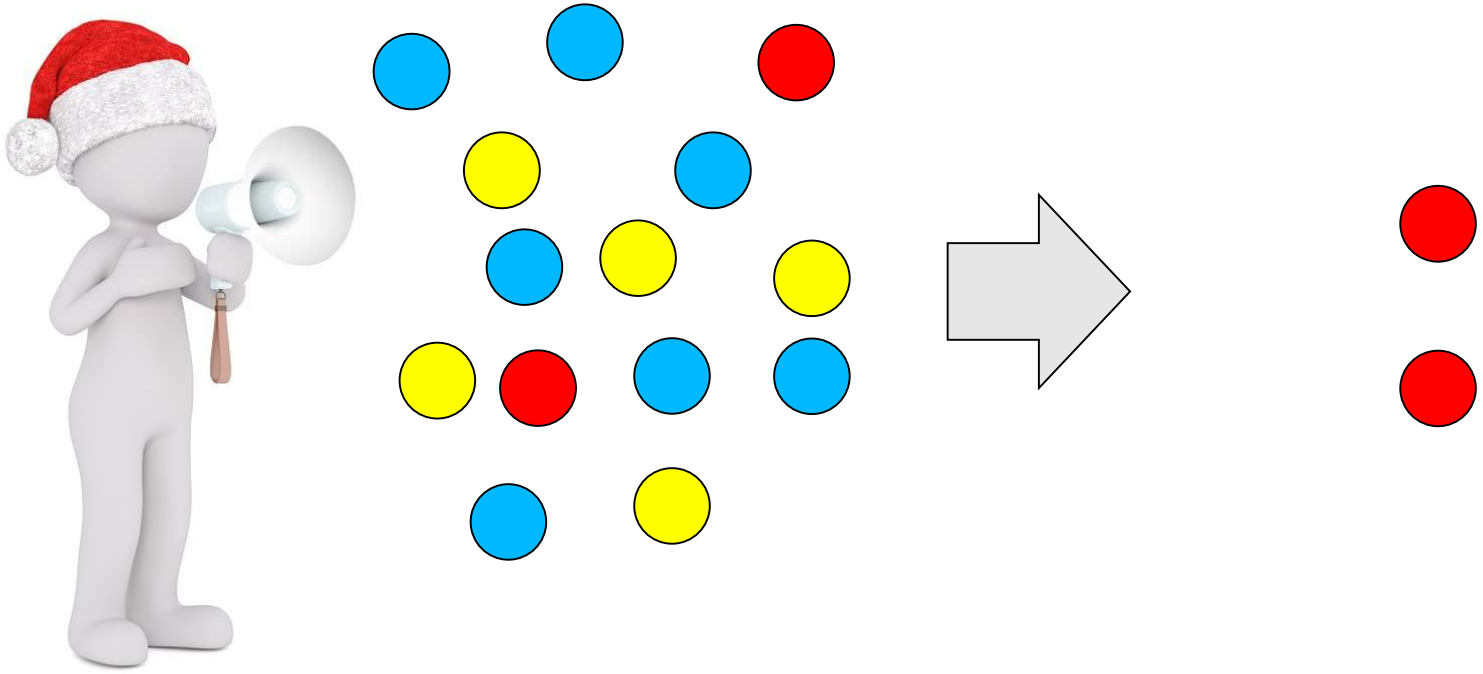
Content Marketing – Agenda

1. **Grundlagen des Content Marketing**
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

Was ist Content Marketing?

Sie bekommen den Auftrag eine neue Marke Bio-Limonade in den Markt einzuführen. Wie machen Sie es?

Klassisches Marketing



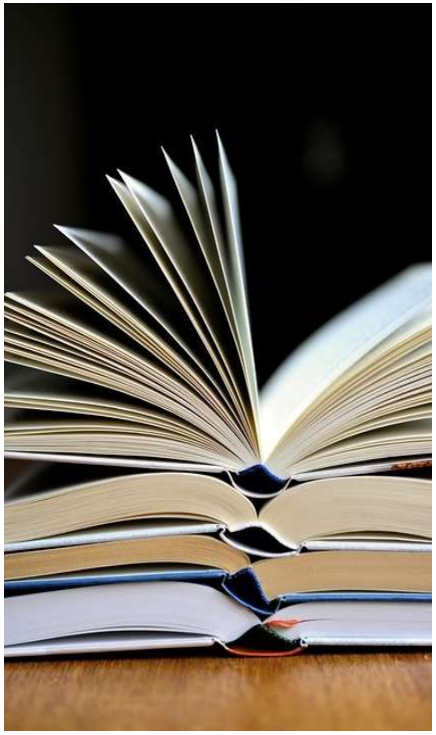
Content Marketing – Grundlagen

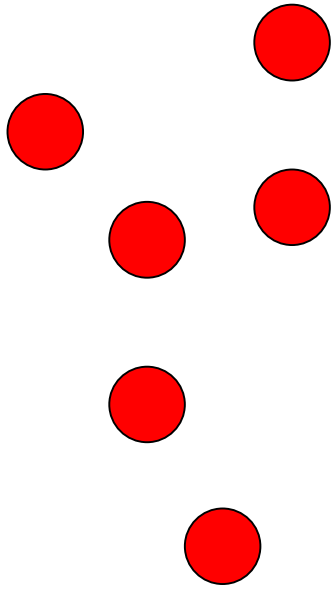
Was ist Content Marketing?

Content Marketing:

Der Zielgruppe werden relevante Inhalte zur Verfügung gestellt. Über diesen Content sollen sie ihren Weg zum Produkt finden.

Content Marketing





Content Marketing - Wissenswertes

Content Marketing war vor allem für kleine Firmen eine gute Methode, um den klassischen Werbemarkt zu umgehen.

Content Marketing ließ sich mit einfachen Mitteln realisieren, selbst heute noch.

Content Marketing erhöht im Idealfall deutlich die Verkaufsrate. Grund dafür ist, dass die Konsumenten der Informationen bereits ein Interesse am Produkt mitbringen.

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. **Content Arten**
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

Content Marketing – Content Arten

Es gibt 2 wesentliche Arten von Content

Entertainment

Informationen

Übliche Kanäle für die Publikation

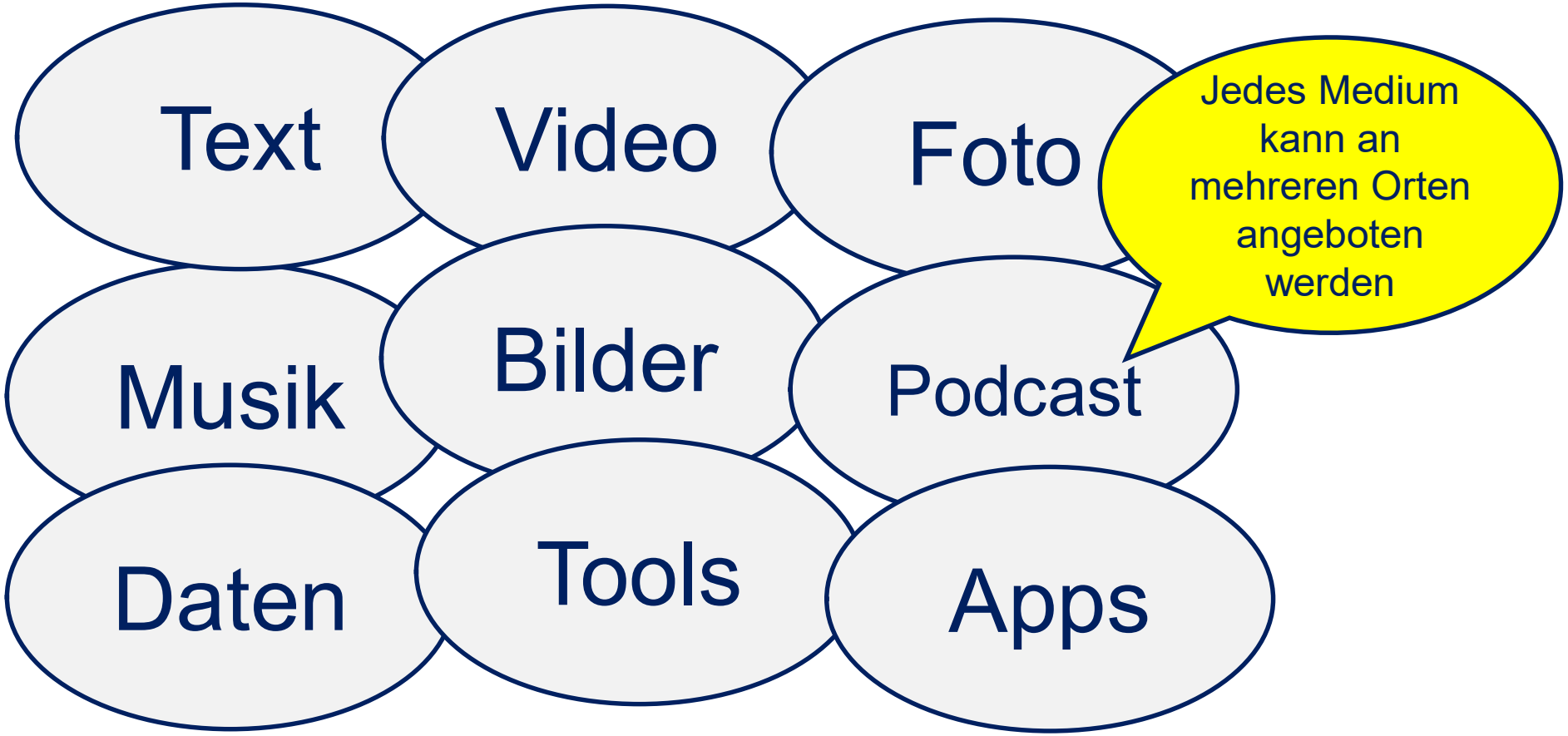
Content kann man hier platzieren:

- **Internetseite**
- **Facebook**
- **YouTube**
- **Twitter**
- **Instagram**
- **Pinterest**
- **Spotify / Appstores / Podcast-Plattformen**
- **ABER: kann im Grunde auch außerhalb des Web stattfinden**

Mehrere Plattformen sind möglich

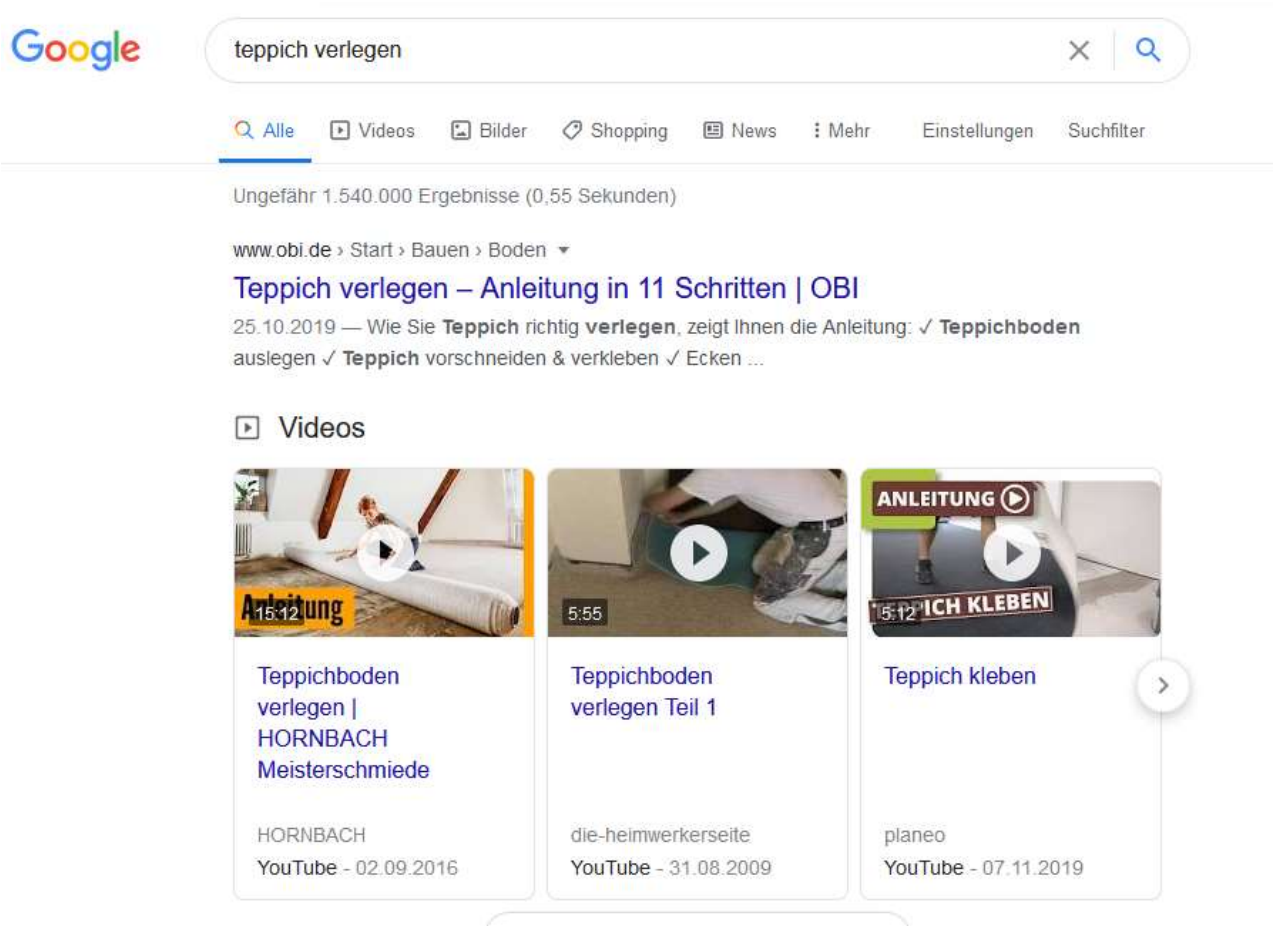
Content Marketing – Content Arten

Content für das Internet



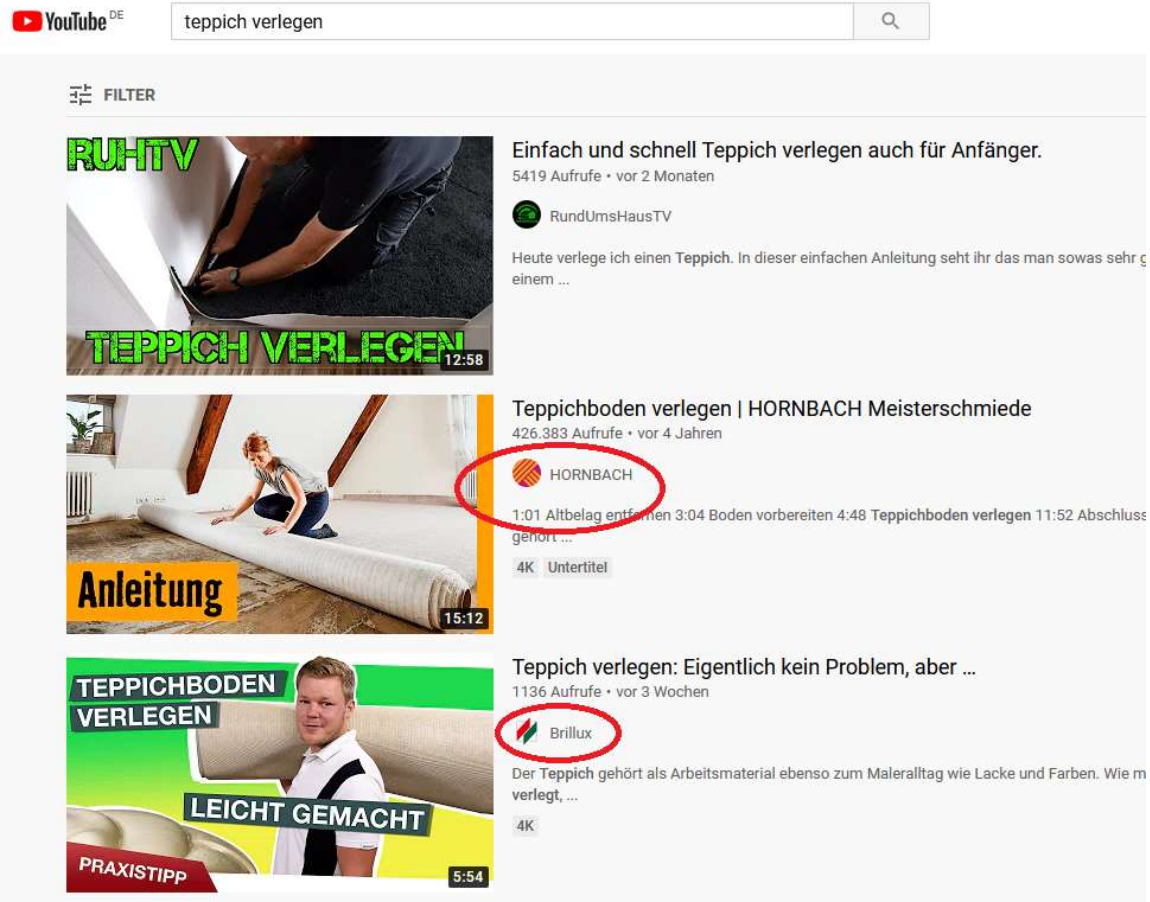
Content Marketing – Content Arten

Text



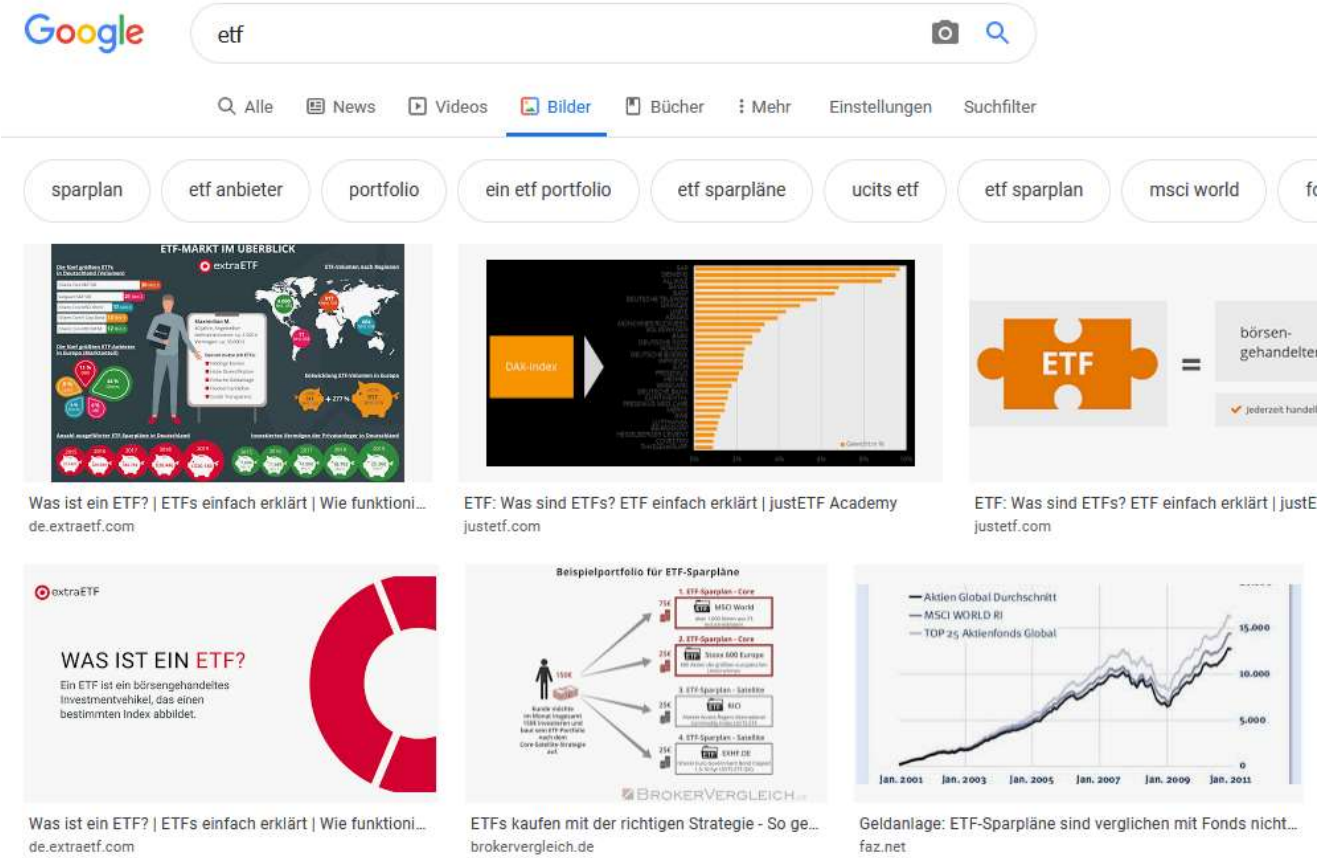
Content Marketing – Content Arten

Video



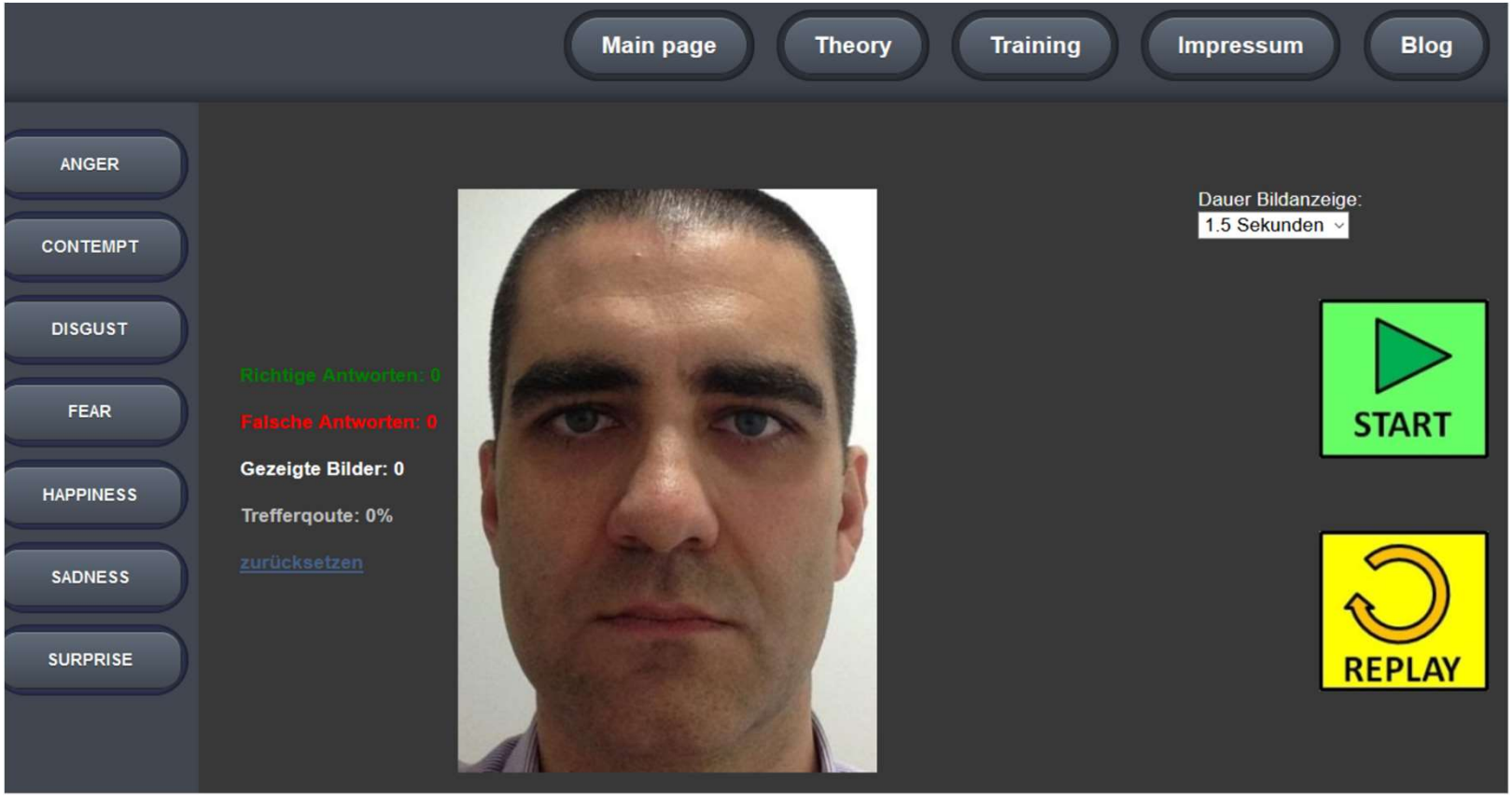
Content Marketing – Content Arten

Foto



Content Marketing – Content Arten

Tools

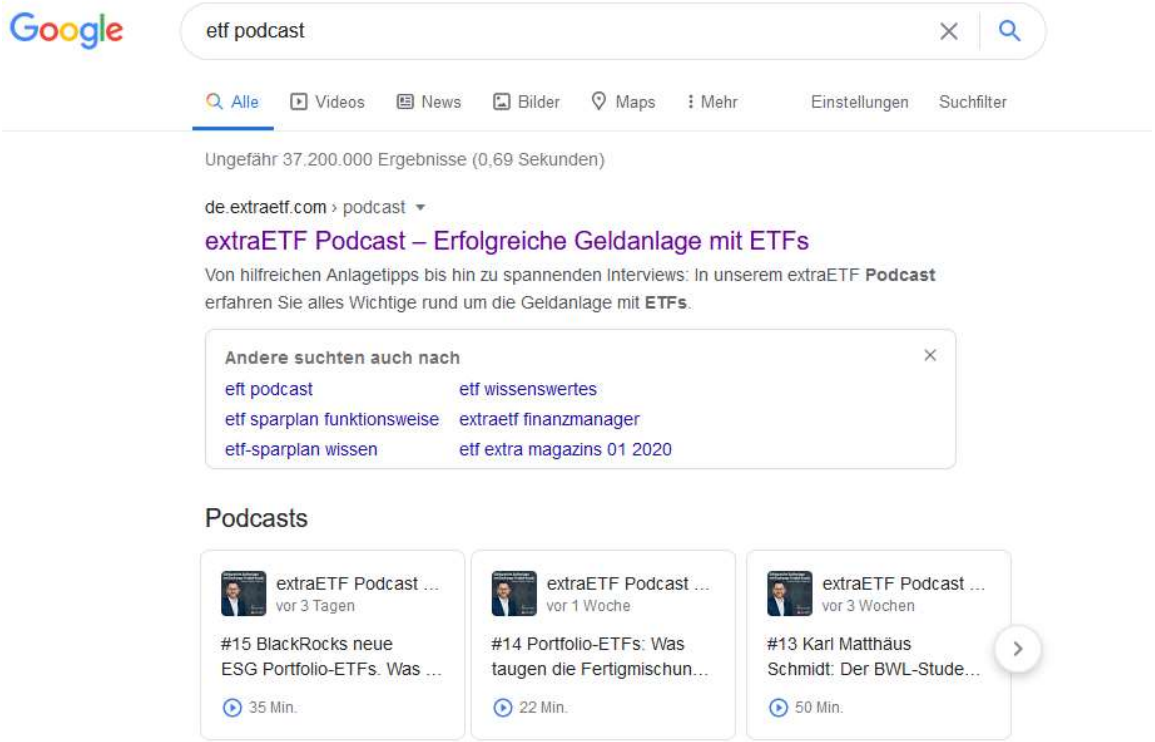


Content Marketing – Content Arten

Daten

Content Marketing – Content Arten

Podcast – das alternative Radioprogramm



Content Marketing – Content Arten

Content für die reale Welt

Vorträge

Events

Dienst-
Leistungen

Content Marketing – Content Arten

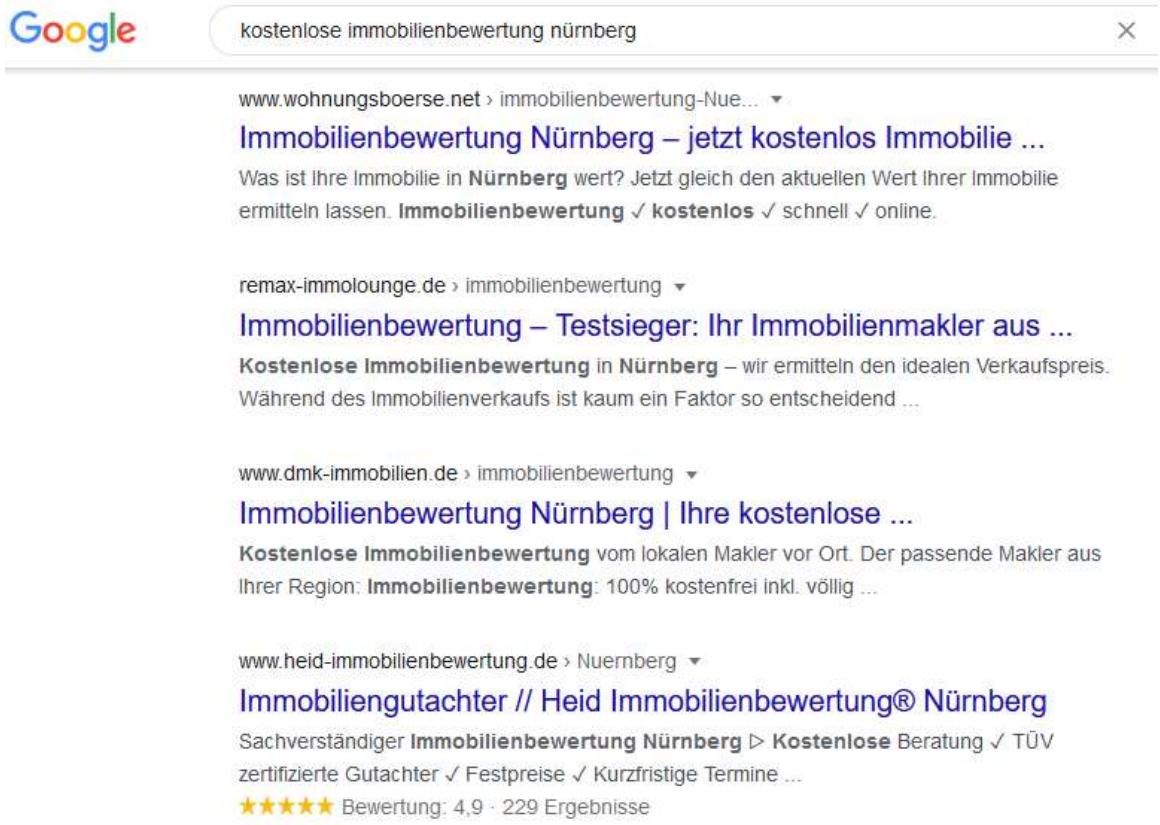
Vorträge

Content Marketing – Content Arten

Events

Content Marketing – Content Arten

Dienstleistungen



Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. **Content Erstellung**
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

Content Marketing – Content Erstellung

Was sind gute Inhalte?

Welche Seiten / Portale besuchen Sie und warum?

Welche finden Sie wirklich gut?

Welche Seiten findet die Suchmaschine gut?

Hintergedanke: → **SEO**

Was sind gute Inhalte?

Warum gehen Menschen ins Internet?

Content Marketing – Content Erstellung

Was sind gute Inhalte?

Menschen gehen ins Internet für ...

- **Unterhaltung / Entertainment**
- **Bildung**
- **Aktuelle Nachrichten**
- **Lösungen für Probleme**
- **Einkaufen**
- **Informationen zu Produkten oder Dienstleistungen**
- **Gemeinschaft / soziale Kontakte / Flirten / Austausch / Partnersuche**
- **u.v.m.**

Wo können Sie etwas anbieten?

Content Marketing – Content Erstellung

Was sind gute Inhalte?

Als „guten Content“ bezeichnet man alle Inhalte, die im Internet angeboten werden und die den Nutzern einen Grund bieten sie ausfindig zu machen.

Dies gilt unabhängig davon, wo diese Inhalte abrufbar sind.

Content Marketing - Besonderheit

Beim Content Marketing sind die Interessen der Zielgruppe die Ausgansbasis für jegliche Aktivität.

Content Marketing – Content Erstellung

Frage an die Teilnehmer:

Welcher Content könnte für diese Fitnessfreunde interessant sein?

Wie erstellt man guten Content?

Mit diesen Methoden können Sie regelmäßig Ideen für Inhalte finden

- Ihre eigenen Hobbies und Interessen
- Themen finden mit Suchmaschinenvorschlägen
- News und Neuigkeiten
- Bibliotheken und Bücher
- Die Arschloch-Methode
- Blogverzeichnisse
- Aufrufzahlen von YouTube-Videos
- Größe einer Facebook-Gruppe

Content Marketing – Content Erstellung

Wie erstellt man guten Content?

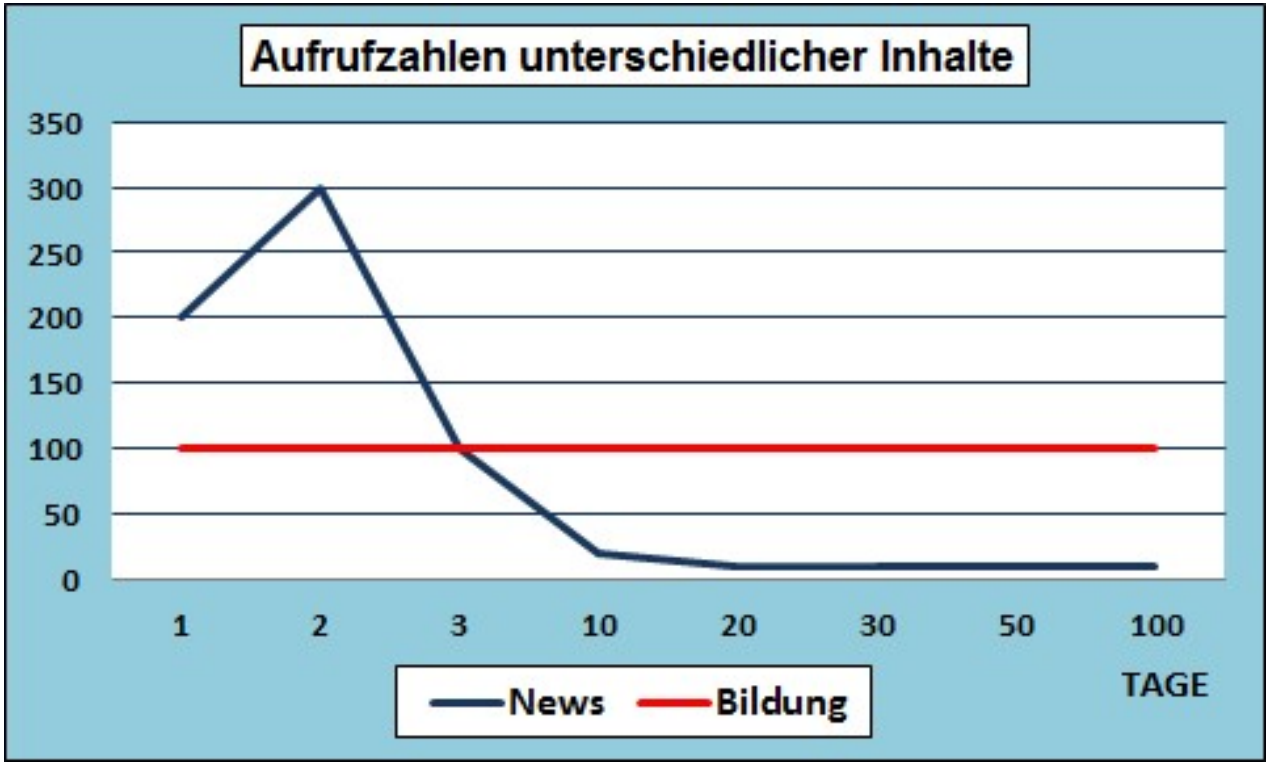
Überbieten Sie die Konkurrenz mit der Menge an relevanten Informationen.

- **Fassen Sie die besten Informationen zusammen**
- **Erstellen Sie Erklär- und Anleitungs-Videos zum Beitrag**
- **Fügen Sie gute und relevante Bilder ein**
- **Erstellen Sie Statistiken und Diagramme**
- **Erstellen Sie Datenbanken und Datensammlungen**
- **Erstellen Sie Infografiken**
- **Setzen Sie externe Links zu guten Quellen**
- **Bieten Sie Ebooks, PDFs, fertige Präsentationen etc. an**

Verbesserungen sind immer möglich

Content Marketing – Content Erstellung

Gute Inhalte – Strategische Aspekte



Vorschläge der organischen Suche

Suchmaschinenvorschläge

<u>Hintergrund:</u>

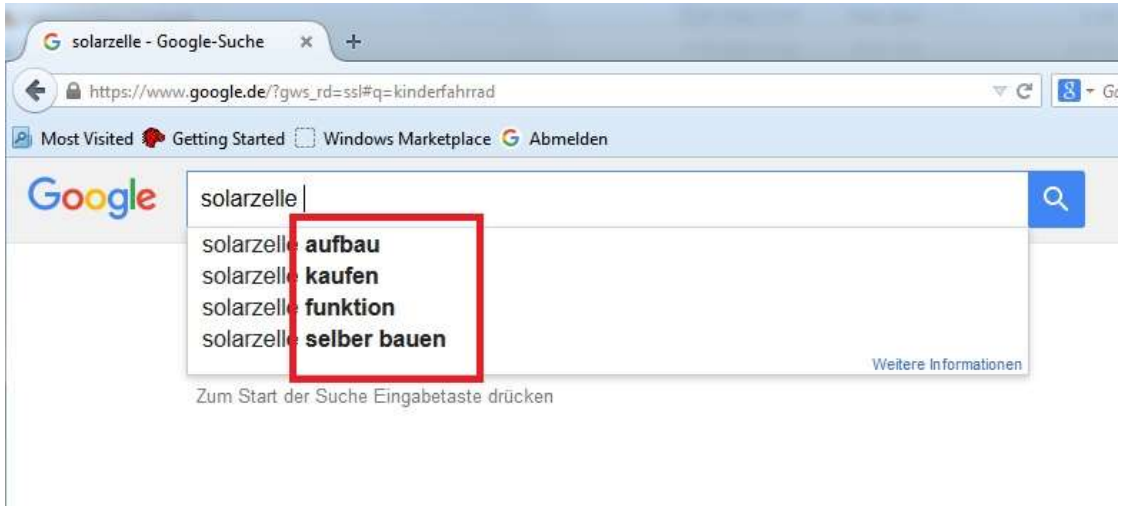
YouTube und Google bieten für jeden Suchbegriff eine Vorschau an. Dadurch sieht man sofort, welche Themen in diesem Zusammenhang noch gesucht wurden.

Zudem gibt es „unten“ eine Reihe von Vorschlägen, nach denen viele Menschen auch gesucht haben.

Auch in der Bildersuche sollte man nachschauen, dort gibt es weitere, wichtige Keywords.

Vorschläge der organischen Suche

Google zeigt die häufigsten Suchanfragen



Vorschläge der organischen Suche

Google zeigt die häufigsten Suchmaschinenvorschläge

Gedächtnistraining: "Hirnjogging kann man sich sparen" - Karriere ...
https://www.sueddeutsche.de/.../gedaechtnistraining-hirnjogging-am-computer-kann-ma...
01.06.2013 - Gehirnjogging ist zum Trendsport avanciert. Doch der Neurowissenschaftler Lutz Jäncke hält Gedächtnisübungen für überflüssig. Welche ...

Ähnliche Suchanfragen zu gedächtnistraining

gedächtnistraining **übungen**	gedächtnistraining **50plus**
gedächtnistraining **aufgaben**	gedächtnistraining **methoden**
gedächtnistraining **für senioren**	gedächtnistraining **demenz**
gedächtnistraining **app**	gedächtnistraining **pdf**

Goooooooooogle ›
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Weiter

Meistgesuchte Fragen

Das Google Snippet zeigt die häufigsten Fragen zur Suchphrase

Content Marketing – Content Erstellung

Amazon gibt Tipps

Amazon gibt gute Einblicke in Überschneidungen bei den Interessen

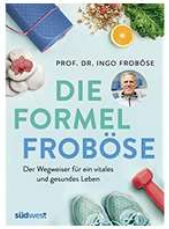
Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch

Seit

Das Fitness-Minimalprogramm:...
› Ingo Froböse
34
Taschenbuch
12,99 €
prime KOSTENLOSE Lieferung

Raus aus der Tablettenfalle!: Das...
› Ingo Froböse
39
Taschenbuch
17,99 €
prime KOSTENLOSE Lieferung

Vital ab 50: Ihr Ernährungs- und...
Ingo Froböse
4
Taschenbuch
19,80 €
prime KOSTENLOSE Lieferung



Die Formel Froböse: Der Wegweiser für ein...
› Ingo Froböse
35
Broschiert
22,00 €
prime KOSTENLOSE Lieferung

Richtig bewegen im Alter: Ein...
Hans Tilscher
7
Taschenbuch
9,60 €
prime KOSTENLOSE Lieferung

Gymnastik für Senioren: Kleine Übungen für 28...
› Gabriele...
19
Spiralbindung
20,00 €
prime KOSTENLOSE Lieferung

Gymnastik für Senioren: Beweglich und...
Johanna von Galen
16
Taschenbuch
9,90 €

Kundenrezensionen

Spitzenrezensionen

News und Neuigkeiten

Google-News & Google Alerts

Hintergrund:

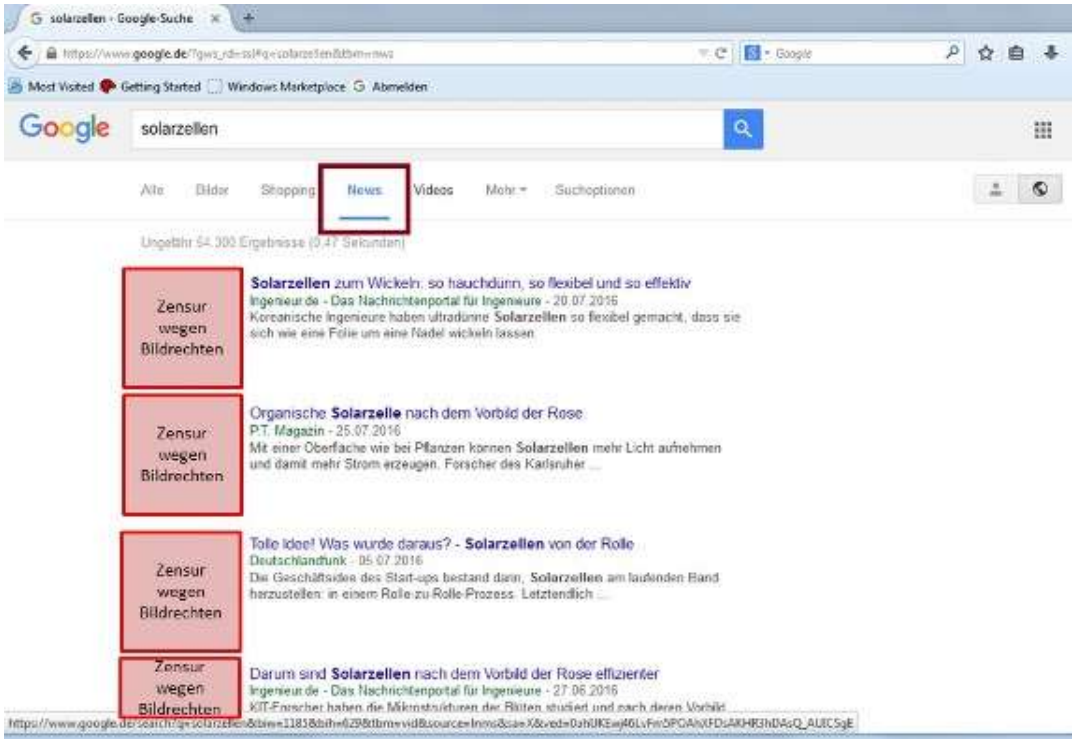
Google News bietet die Möglichkeit sich bei der Presse über bestimmte Suchbegriffe schnell zu informieren.

Google Alerts ermöglicht es sich für bestimmte Suchbegriffe regelmäßig Neuigkeiten schicken zu lassen.

Content Marketing – Content Erstellung

News und Neuigkeiten

Google-News & Google Alerts



Bibliotheken und Bücher

Bücher und Magazine sind meist hochwertiger als Webseiten. Im Web darf jeder ungeprüft seine „Wahrheiten“ verbreiten. Viele Webseiten wimmeln nur so von fachlichen Fehlern.

Hintergrund:

Gehen Sie in die Bibliothek und grasen Sie ein Thema ab.

Schauen Sie in die Inhaltsverzeichnisse, dann sehen Sie, was wichtig ist bei diesem Thema.

Die Arschloch-Methode im Web

Manche Blogs verraten ihre besten Seiten

Hintergrund:

Sehen Sie sich auf den Internetseiten von anderen um. Manche haben in der linken oder rechten Navigationsleiste den Menüpunkt:

„Beliebteste Artikel“

Link: www.mein-geld-blog.de / https://deinelterngeld.de/

Link: https://www.memory-palace.de/2014/09/wie-viel-zinsen-bringen-1-000-000-euro/

Die Arschloch-Methode auf YouTube

Die Arschloch-Methode funktioniert auch bei Videos

<u>Hintergrund:</u>

Sehen Sie sich die Videos anderer an. Erstellen Sie eine Liste von Dingen, die man an diesem Video verbessern könnte. Machen Sie es besser.

Sehen Sie sich Videos aus anderen Sprachräumen an und lassen Sie sich davon inspirieren.

Blog-Verzeichnisse und deren Rankings

Blog-Verzeichnisse geben Einblick in die Aufrufzahlen

Hintergrund:

Es gibt zahlreiche Blog-Verzeichnisse, bei denen sich Seitenbetreiber registrieren können.

Der Nutzen ist normalerweise nicht sonderlich groß, außer man kommt mit seinen Seiten in die Top-Rangliste. Dann gibt es einen zusätzlichen Boost.

Link: https://www.bloggerei.de/topliste.php

Zusammenfassung anderer Seiten

Bieten Sie das „Best-Of“ an

<u>Hintergrund:</u>

Nachrichtenseiten schreiben meist aus unterschiedlichen Perspektiven. Zudem muss man für viele Artikel bezahlen. Diese kann man neutral zusammenfassen und einander Gegenüberstellen.

Social Media und Foren durchforsten

Wofür interessieren sich die Leute ganz besonders?

Hintergrund:

Anhand der Größe einer Facebook-Gruppe, kann man analysieren, wie viele Fans ein Thema an sich binden könnte.

Exkurs: Bilder für den Content gestalten

Mit Pixabay / Excel / PowerPoint / Paint – lassen sich optimale Bilder erstellen

Hintergrund:

Die Bildersuche von Google ist eine ganz eigene Traffic-Quelle, die eine Seite unabhängig machen kann von der Text-Suche.

Seiten, die in der Text-Suche kein gutes Ranking haben, können in der Bildersuche eine gute Position einnehmen und jede Menge Besucher auf die Seite leiten.

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. **Erstellung der Kundenpersona**
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

Was sind Kundenpersona?

Frage an die Teilnehmer:

Haben wir die Tatsache angemessen berücksichtig, dass unsere Zielgruppe aus…

Vertretern unterschiedlicher Geschlechter besteht?

Dass sie im Alter verschieden sind?

Dass sie in ihren Interessen verschieden sind?

… Geschmäcker? … Finanzielle Ausstattung? …

Content Marketing – Kundenpersona

Was sind Kundenpersona?

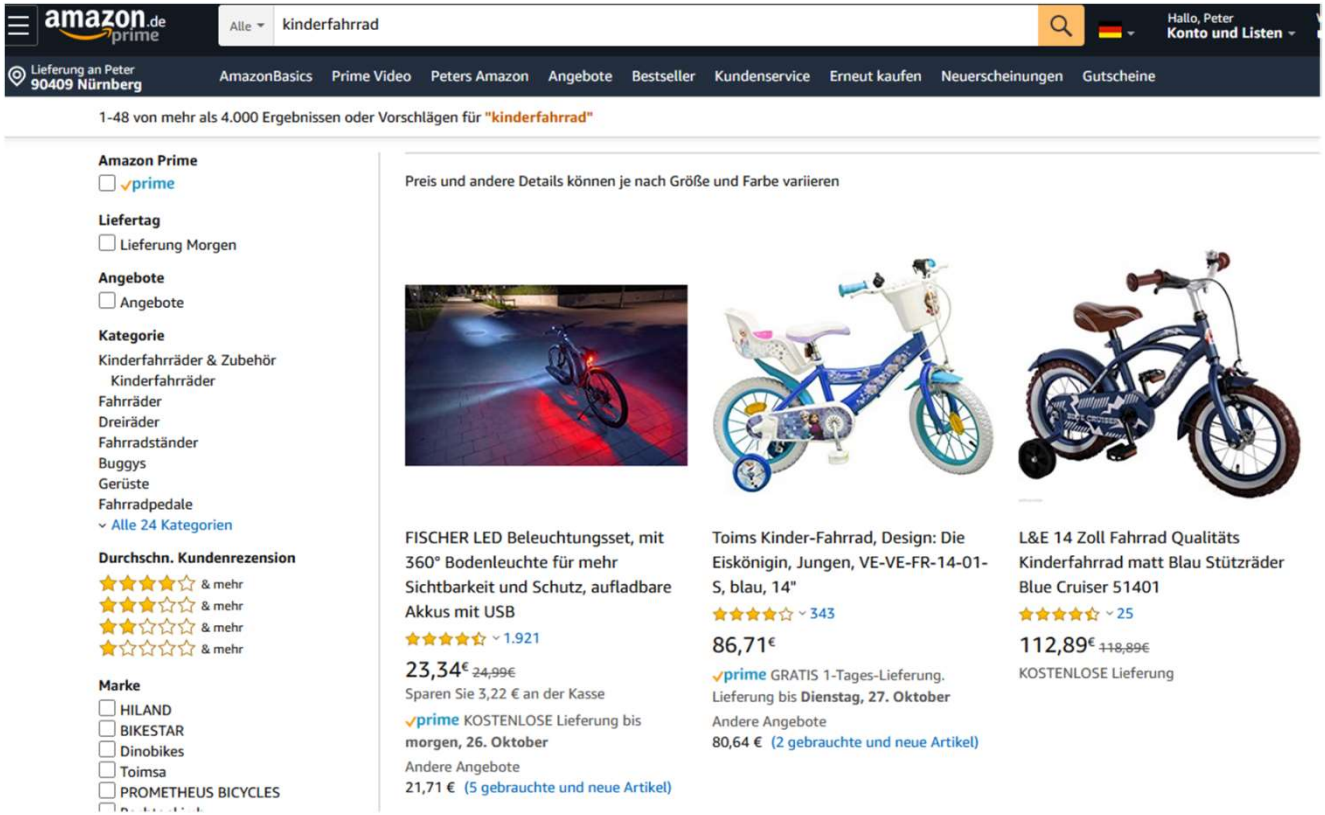
Personas sind fiktive Charaktere, die eine Zielgruppe repräsentieren sollen. Eine Persona steht symbolisch für Eigenschaften und Interessen der gesamten Gruppe.

Im Marketing werden meist 3-8 Personas verwendet.

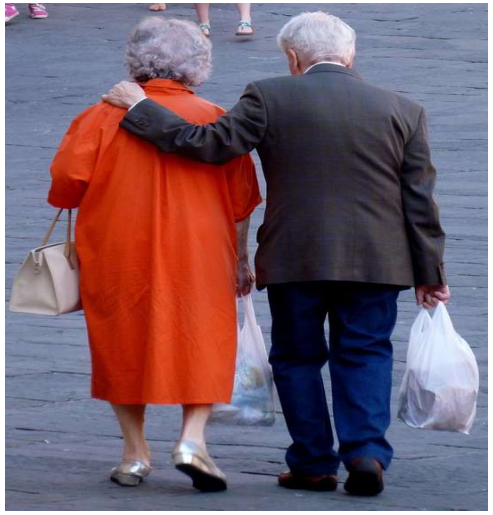
Man gibt ihnen Namen, einen Job und typische Verhaltensweisen.

Content Marketing – Kundenpersona

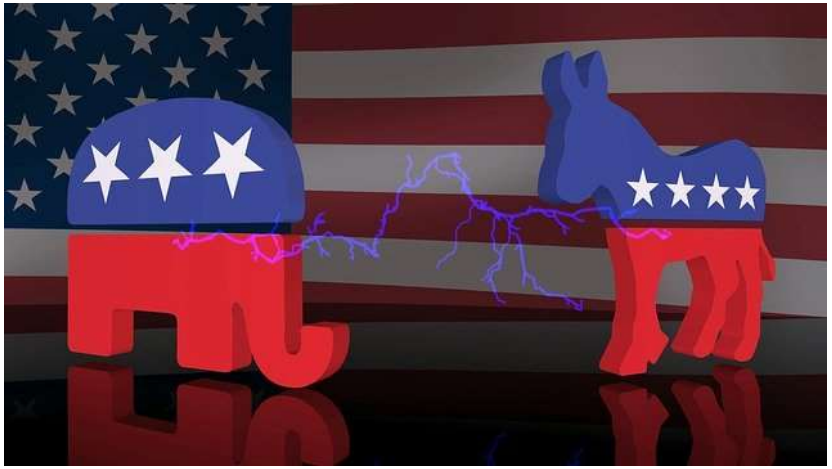
Kundenpersona Beispiel - Kinderfahrrad



Kundenpersona Beispiel - Kinderfahrrad



Kundenpersona Beispiel – US Wahlkampf



„Joe Biden wirbt um Start-Treck Fans…“

„Donald Trump braucht dringend Geld…“

„3% der Anzeigen schüren Wut auf Trump wegen Corona…“

„Schwerpunkt auf jüngere Wähler, Fans von Elisatbeth Warren oder Bernie Sanders..“

„So genau zielt der US-Wahlkampf auf Facebook-Nutzer“

Quelle: https://www.spiegel.de/netzwelt/web/werbung-bei-der-us-wahl-so-genau-zielt-der-us-wahlkampf-auf-facebook-nutzer-a-6889b8e7-d472-4b0b-8a93-82303a7c6ad8

Kundenpersona erstellen

Kundenpersona erfassen im Idealfall all diejenigen Menschen, die an einer Kaufentscheidung beteiligt sind.

Ihre jeweiligen Emotionen, Ziele, Wünsche, Träume und Interessen sollten vom Content bestmöglich abgedeckt werden.

Kundenpersona selbst erstellen

Frage an die Teilnehmer:

Wie sollten wir den Content-Plan für Fitnessfreunde erweitern?

Welche Persona gehören zu Ihren Kunden?

Kundenpersona selbst erstellen

Frage an die Teilnehmer – mögliche Content Erweiterung:

„Sixpack schnell – Anleitung“

„Training bei hohem Blutdruck“

„Kondition aufbauen Trainingsplan“

„Kostenlos Fitnesstraining“

„Muskelaufbau bei Frauen“

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. **Persönlichkeitsstrukturen**
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

Content Marketing – Persönlichkeiten

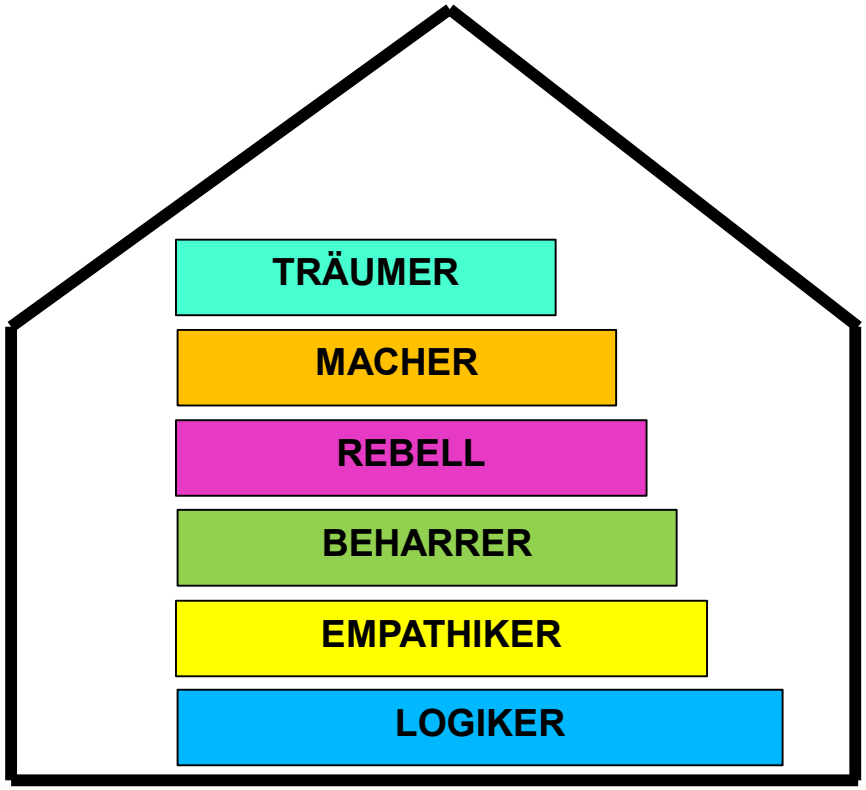
Wie spricht man die Menschen richtig an?

Nur weil Menschen gleich verdienen, ähnlich alt sind und ein Hobby teilen, heißt das noch lange nicht, dass ihre Persönlichkeiten gleich sind.

Die Psychologie hat bestimmte Persönlichkeitstypen identifiziert. Sie haben bestimmten Sprachmuster und reagieren auf unterschiedliche Kommunikation.

Content Marketing – Persönlichkeiten

Das Process Communication Model (PCM®)



Content Marketing – Persönlichkeiten

Persönlichkeitsarchitektur

PERSÖNLICHKEIT	DENWEISE	TYPISCHER GRUNDCHARAKTER
TRÄUMER	REFLEXION	Zieht sich gerne zurück. Führt Gedanken fort. Malt sich die Zukunfst aus.
MACHER	AKTIVITÄT	Reagiert auf Aufforderungen. Mag Action, Schnelligkeit und Aktivität. Es soll was passieren.
REBELL	REAKTION	Spontan in den Reaktionen. Äußerst positive und negative Urteile schnell und auch mal deutlich. Kümmert sich weniger um die Ansichten anderer
BEHARRER	MEINUNGEN	Sichtweisen, Meinungen, Ansichten und Traditionen spielen eine große Rolle.
EMPATHIKER	GEFÜHLE	Emotionale Komponenten in der Sprache. Interessiert sich für Gefühle, Menschen, die Situation und Beziehungen
LOGIKER	RATIONALITÄT	Interessiert an Zahlen, Daten, Analysen, Fakten, Fragen und Erklärungen

Content Marketing – Persönlichkeiten

Ansprache der Zielgruppe

Jeder dieser Persönlichkeiten kann durch unterschiedlichen Content angesprochen werden.

Wenn Menschen zuhören sollen, dann müssen wir ihre Sprache sprechen.

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. **Landingpages**
7. Grundlagen des SEO
8. Social Media

Content Marketing – Landingpages

Was sind Landingpages?

Spezielle Unterseiten mit einer einfachen URL. Sie werden dafür eigerichtet, um als optimaler Werbeträger für die Zielgruppe zu dienen.

Landingpages fungieren als wichtigste Anlaufstelle für eine Werbekampagne: Klick in ein Werbebanner oder SEA Suchergebnisse usw.

Es wird insbesondere genutzt, um ein Angebot vorzustellen. Meist in Verbindung mit einer Call-To-Action: Kontaktformular befüllen, Chat mit dem Anbieter eröffnen, Film ansehen usw.

Content Marketing – Landingpages

Beispiele Landing Page

https://www.realbest.de/de/immobilienbewertung

https://www.bike-discount.de/de/kinderfahrrad

https://siemens.de/jobs

https://bmw.de/jobs

https://www.improved-reading.de/muenchen/speed-reading/

Landing Page - Aufbau

Das gehört idealerweise auf eine Landingpage

- Logo
- Überschrift / Schlagzeile
- „Hero-Shot“ – Alleinstellungsmerkmal
- Einleitung
- Preis / Sonderpreis
- Call To Action – Kontaktaufnahme
- Reason Why – Beweis für das Produktversprechen
- Erklärung – Wie funktioniert..?
- FAQ / Fragen für die Snippets
- Testimonials – Berichte von Kunden
- Vertrauensbildende Elemente

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. **Grundlagen des SEO**
8. Social Media

Content Marketing – SEO

Steigerung der Besucherzahlen

- Die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung für Webseiten
- Die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung für YouTube
- Kommentare - Chancen und Grenzen
- Facebook-Gruppen als Trafficlieferant
- Blogparaden zur Steigerung der Bekanntheit
- Forenbeiträge
- Bloggernetzwerke
- Online PR

Content Marketing – SEO

Hintergrund

Ihr Content muss gefunden werden. Dafür ist es erforderlich, dass der Content der Konkurrenz verdrängt wird.

SEO ist hierzu mit das wichtigste Mittel.

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Warum ist guter Content nicht gleich guter Content?

Warum sind gute Platzierungen so wichtig?

Wieso landen ähnliche Inhalte auf unterschiedlichen Plätzen?

Was kann ich tun, um mein Ranking zu verbessern?

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Welche Bedeutung hat die Platzierung in Google

Position in Google	Anteil am Traffic	Total
1	32,5%	75,7%
2	17,6%	
3	11,4%	
4	8,1%	
5	6,1%	
6	4,4%	16,0%
7	3,5%	
8	3,1%	
9	2,6%	
10	2,4%	
11	1,0%	3,5%
12	0,8%	
13	0,7%	
14	0,6%	
15	0,4%	

Ab Platz 5 ist nicht mehr viel zu holen.

Wobei 4,4% von 1 Million auch viel wären

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Guter Content – Mensch vs. Suchmaschine

Beispiel 1:
„Deutschland ist ein Land, in dem es nur Fettsäcke gibt, die in Lederhosen rumlaufen und den ganzen Tag Bier aus riesigen Krügen trinken. Dann steigen sie in ihren Mercedes, um mit 250 km/h auf der Autobahn zu fahren, weil es dort kein Tempolimit gibt.“

Beispiel 2:
„Deutschland ist ein Land mit ca. 81 Millionen Einwohnern. Es ist eine föderale Republik, die aus 16 Bundesländern besteht. Die Hauptstadt ist Berlin.“

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Guter Content – Mensch vs. Suchmaschine

<u>Hintergrund:</u>

Ob etwas von der Suchmaschine als guter Content eingestuft wird, hängt nicht nur von der Richtigkeit des Inhalts ab.

Was zählt sind eine Reihe von technischen Signalen. Zum Beispiel die Verweildauer in Relation zum Text, Absprungrate, Social-Signals, Schlüsselwörter, Bilder, Videos, Ladezeit uvm.

Wichtigste von allen: Verlinkungen von anderen Seiten.

Grundlagen Suchmaschinenoptimierung

Die richtigen Schlüsselwörter sind die Basis

Negativbeispiel:

„Die Menge der weggesperrten Menschen in den USA wird immer mehr“

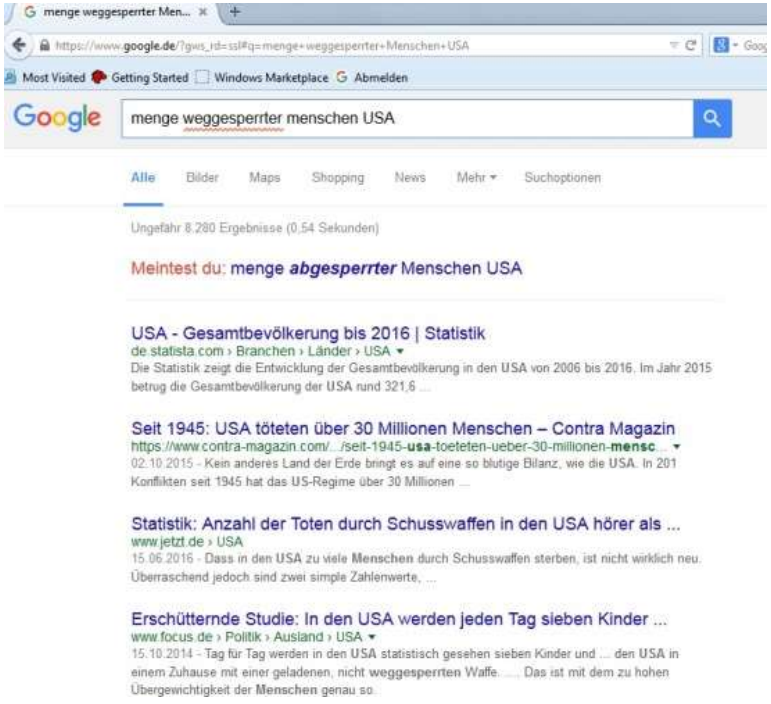
Positivbeispiel:

„Anzahl der Gefägnisinsassen in den USA – stark angestiegen“

Content Marketing – SEO

Grundlagen Suchmaschinenoptimierung

Die richtigen Schlüsselwörter als Basis



Grundlagen Suchmaschinenoptimierung

Die richtigen Schlüsselwörter sind die Basis

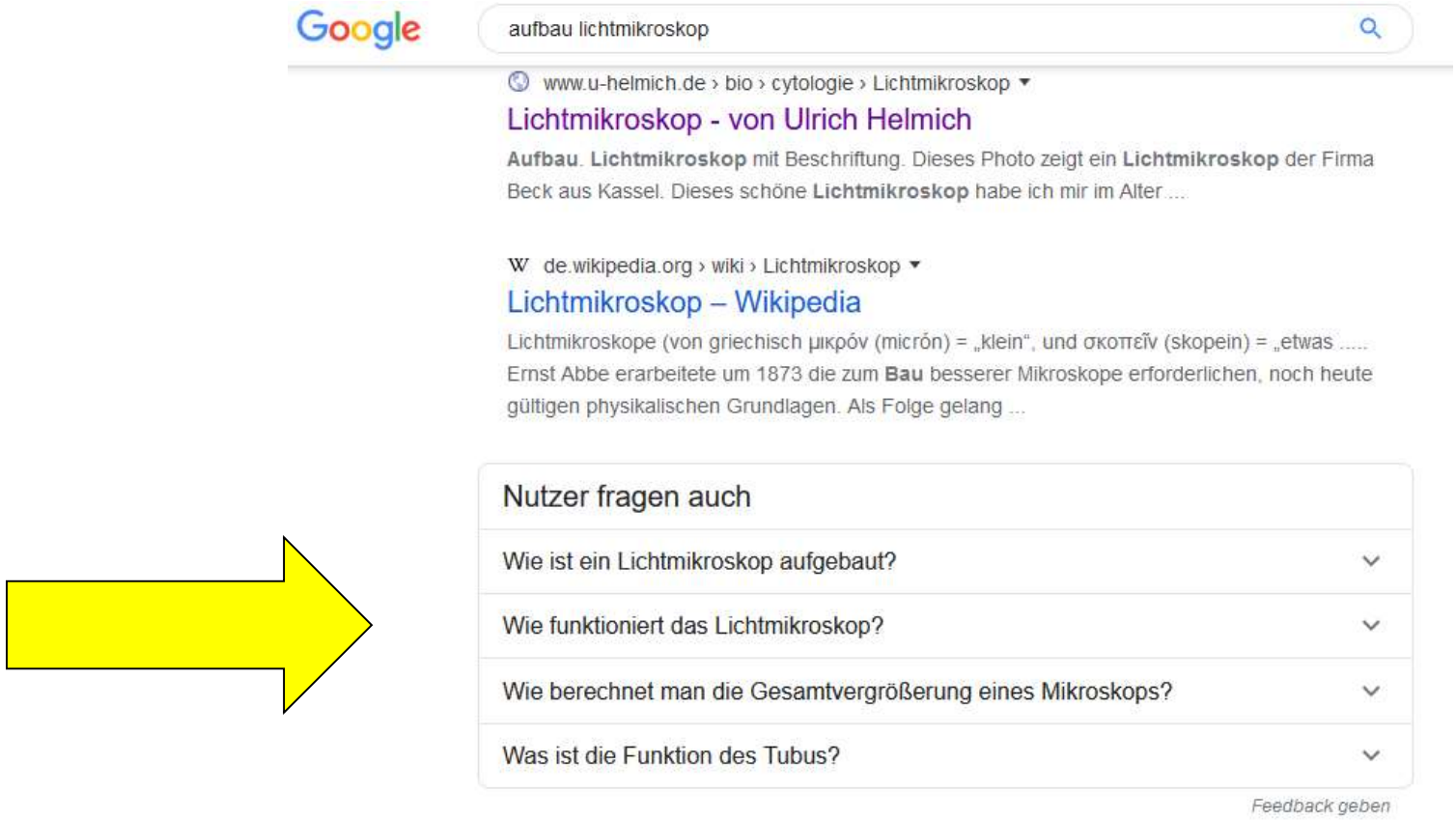
So finden Sie die richtigen Schlüsselwörter:

Google und YouTube geben Keywords als Vorschläge vor.

In Google stehen mittlerweile die häufigsten Fragen zu einem Thema….

Content Marketing – SEO

Das Fragen-Snippet erobern



Grundlagen Suchmaschinenoptimierung

Die Verweildauer

Der erste Artikel hat 1.000 Wörter.
Nach 5 Sekunden merken Sie, dass der Autor nur Unsinn erzählt. Sie verlassen die Seite nach 20 Sekunden.

Der zweite Artikel hat nur ca. 800 Wörter.
Er fesselt Sie so sehr, dass sie ca.
10 Minuten dort verbringen,
weil sie einfach nicht genug kriegen.

Wer wird besser platziert?

Einen Text zu kürzen, ohne Qualitätsverlust, verbessert die relative Verweildauer.

Grundlagen Suchmaschinenoptimierung

Ladezeiten

Google hat einige grundlegende Richtlinien aufgestellt, um die Ladezeiten zu verbessern. Deren Einhaltung lässt sich im Page-Speed-Test nachverfolgen.
Link: https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=de

Bei ähnlicher Qualität des Inhalts wird im Zweifel die schnellere Seite vorgezogen.

Google - Mobile First Regel: Die Informationen auf der mobilen Version einer Webseite werden verwendet, um das Ranking zusammenzustellen.

Vergleich: Spiegel Online vs. Memory-Palace.de vs. Akademka.de

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Backlinks – der wichtigste aller Rankingfaktoren

<u>Hintergrund:</u>

Die Gründer von Google starteten damit, dass sie einige Seiten absuchten. Auf diesen Seiten waren Links. Mit Hilfe dieser Links fing die Suchmaschine an sich von einer Seite zur anderen zu hangeln.

Man stellte fest, dass Verlinkungen eine Art Empfehlung sind, die auf eine hohe Qualität hindeuten. Je mehr Links eine Seite auf sich vereinte, umso besser schien sie zu sein.

Wobei auch die Qualität der Links bewertet wurde.

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Pagerank – die härteste Währung im Internet

<u>Hintergrund:</u>

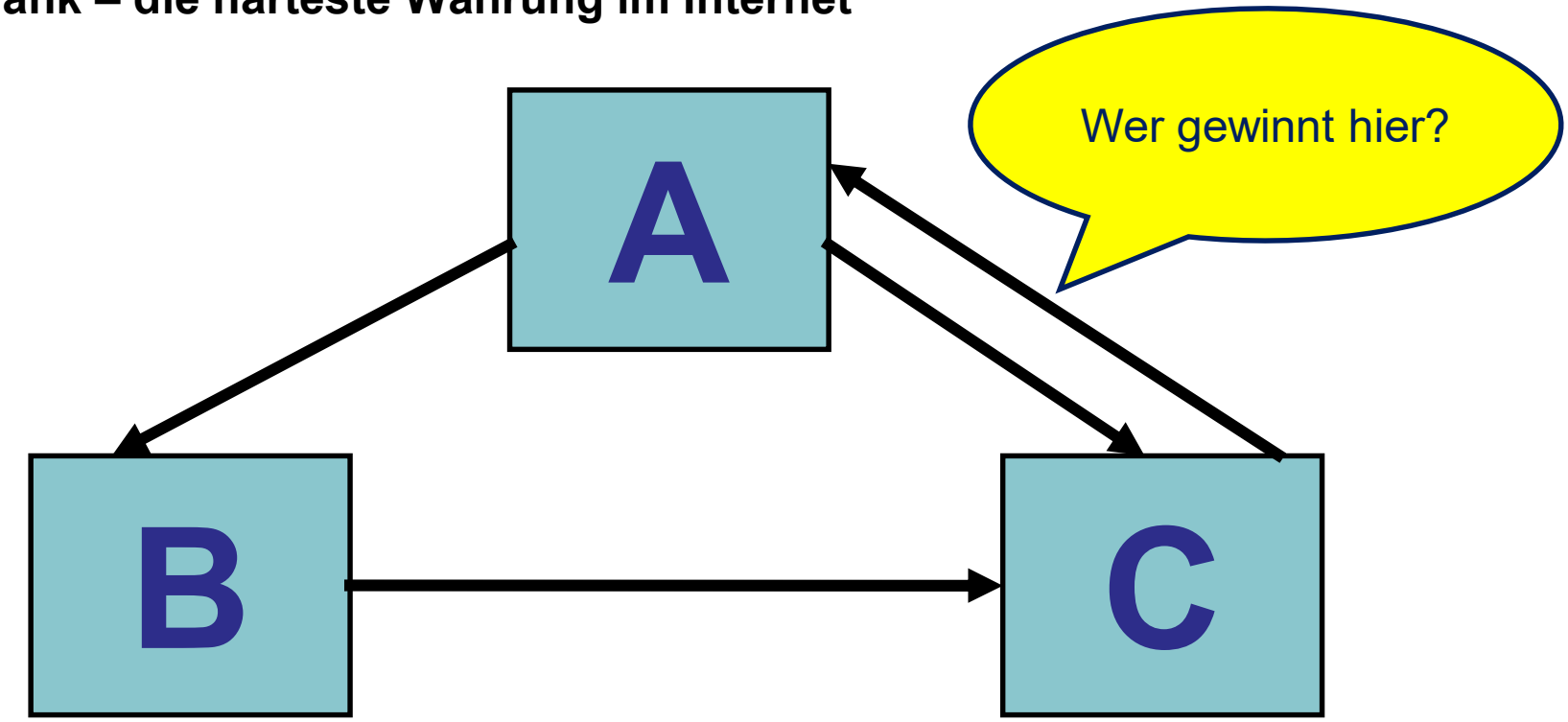
Google erstellte eine Art Klassifizierung, mit der Webseiten bewertet wurden. Das war der Pagerank.

Die Skala ging von 1-10 und die Seite war offen einsehbar.

Nur wenige Seiten hatten 10. Eine davon war Adobe.

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Pagerank – die härteste Währung im Internet



Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Pagerank – die härteste Währung im Internet

Müssen abgeben		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Um zu erhalten	2	101	18	3	1	1	1	1	1	1	1
	3	555	101	18	3	1	1	1	1	1	1
	4	3.055	555	101	18	3	1	1	1	1	1
	5	16.803	3.055	555	101	18	3	1	1	1	1
	6	92.414	16.806	3.055	555	101	18	3	1	1	1
	7	0,5 Mio	92.414	16.803	3.055	555	101	18	3	1	1
	8	2,8 Mio	0,5 Mio	92.414	16.803	3.055	555	101	18	3	1
	9	15 Mio	2,8 Mio	0,5 Mio	92.414	16.803	3.055	555	101	18	3
	10	84 Mio	15 Mio	2,8 Mio	0,5 Mio	92.414	16.803	3.055	555	101	18

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Pagerank – die härteste Währung im Internet

Hintergrund:

Die Geldverdiener im Internet durschauten das System von Google und gingen daran dessen Schwächen auszunutzen. Sie besorgten sich Unmengen von Links und pushten den PR ihrer Seiten hoch.

Google hörte daher damit auf die Bewertungen für Pageranks zu aktualisieren. Seit 2016 werden keine Pageranks mehr angezeigt.

Intern existiert er in abgewandelter Form weiter, denn die Seiten werden nach wie vor bewertet.

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Private Blognetzwerke

Link: https://www.selbstaendig-im-netz.de/interviews/erfolgreiche-nischenwebsites-in-harten-branchen-interview-mit-nsc-teilnehmer/

Im Jahr 2014 findet die alljährliche Nischenseitenchallenge auf „Selbständig im Netz“ statt.

Der Gewinner ist ein junger Mann, der öffentlich darüber schwadroniert, dass er den Wettbewerb mit Hilfe eines privaten Blognetzwerks gewonnen hat.

Er gewinnt noch weitere Wettbewerbe in dem Jahr und verschafft seiner SEO-Agentur haufenweise Aufträge.

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Private Blognetzwerke

Hintergrund:

Private Blognetzwerke werden mit Hilfe von abgelaufenen Domains erstellt. Der Betreiber kauft 3-5 Seiten, die irgendwann viel verlinkt wurden.
Von allen diesen Seiten setzt er Links auf die eine Seite, mit der er Geld verdienen will. Durch die starken Links steigt diese Seite drastisch im Ranking auf und die Umsätze sprudeln.

Solche Seiten werden mit automatisierten Algorithmen gefunden. Als Anfänger hat man hier keinerlei Chance. Oder, man kauft sie teuer ein:
https://de.auctions.godaddy.com/ / https://websiteboerse.de/

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Woher bekommt man Backlinks?

- Anmeldung in Foren – Links sind sehr wenig wert
- Kommentare in Blog – wenig wert und No-Follow
- Links tauschen mit Freunden und Bekannten – über Kreuz
- Webseitenbetreiber fragen wegen bezüglich Gastartikel
- Marktplätze für Linktausch – Backlinkseller – www.backlinkseller.de
- Blogparaden – www.blogparaden.de
- kostenlose Stellenanzeigen

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Blogparaden

Hintergrund:

Blogparaden werden von Seitenbetreibern organisiert, um ihre Blogs bekannt zu machen oder um den Austausch mit anderen Bloggern anzuregen.

Link: https://www.blogparaden.de/erfolgsfaktor-und-stoerfaktor-nummer-1-beim-erstellen-eures-blogs/

Sie können dazu führen, dass man sich in der Szene bekannt macht und sie liefern erste Backlinks.

YouTube - SEO

Auch auf YouTube gibt es eine Reihe von Faktoren, die dafür sorgen, dass Videos erfolgreicher sind als andere:

- **Titel**
- **Name des Files, das hochgeladen wird**
- **Ausführliche Beschreibung mit Keywords**
- **Einbindung des Videos auf Internetseiten**
- **Verlinkung des Kanals / Kanalautorität**
- **Einbindung der Videos in die Playlists anderer**
- **Untertitel für hörgeschädigte vorhanden**

Bilder - SEO

Die Google Bildersuche ist eine riesige Traffic-Quelle für sich. Sie ist optimal für Infografiken, Daten und Statistiken.

- Bild-Datei mit den Keywords versehen
- ALT-Text eingeben für die Suchmaschine und Blinde
- Bildbeschreibung in der Nähe
- Bild komprimieren für die Ladezeit
- Bild abändern, wenn es von einer externen Quelle wie Pixaby kommt
- Möglichst große Bilder mit guter Auflösung verwenden
- Links von anderen Seiten auf das Bild helfen

Traffic steigern

Blog-Kommentare

Hintergrund:

Die Links in Blogkommentaren sind meist No-Follow, so dass sie keinen Seitenwert vererben.

Sie können aber dazu dienen sich zu profilieren und sich Besucher zu verschaffen.

Vor allem mit provokanten Kommentaren kann man viele Besucher erzeugen.

Der Wert der Links geht gegen Null, ist aber besser als Nichts zu haben.

Bekanntheit lässt sich auf einem Portal aufbauen.

Traffic steigern

Posts in der Social-Media

<u>Hintergrund:</u>

Wenn man mehrere Kanäle betreibt, dann kann man den positiven Effekt von Social-Media und einer Webseite verbinden.

Nach der Veröffentlichung eines Artikels kann man diesen bei Facebook, Twitter und WhatsApp usw. verteilen.

Das führt meist zu einem schnellen Besucheranstieg, der sich jedoch schnell wieder verflüchtigt.

Traffic steigern

Forenbeiträge

<u>Hintergrund:</u>

Es gibt für jedes Problem mindestens ein Forum im Web.

In diesen kann man Beiträge verfassen und meist auch auf seine Seiten verlinken, wenn man es nicht zu dreist und zu wild treibt.

Links aus solchen Foren sind kaum etwas wert, aber sie können auch Besucher liefern.

Manche Foren ranken für bestimmte Suchbegriffe gut und liefern langfristig Besucher.

Traffic steigern

Online PR

Hintergrund:

Es gibt kostenlose Pressportale, bei denen man seinen Content als Meldung herausbringen kann. Dort kann man sich auch Backlinks setzen.

Die Meldungen erscheinen dann in der Google-News Suche.

Der Wert der Backlinks geht auch gegen Null, außer es handelt sich um die teuersten und die besten des Landes wie DPA usw.

Link: www.openpr.de / www.fair-news.de

Content Marketing – Agenda

1. Grundlagen des Content Marketing
2. Content Arten
3. Content Erstellung
4. Erstellung der Kundenpersona
5. Persönlichkeitsstrukturen
6. Landingpages
7. Grundlagen des SEO
8. **Social Media**

Was sind soziale Medien?

Online-Portale, auf denen sich Nutzer direkt miteinander vernetzen und austauschen können.

Besonderheiten von sozialen Medien

Empfehlungen genießen besondere Vertrauenswürdigkeit, wenn sie von Freunden oder Bekannten kommen.

Die Social Media Plattformen wissen wir mit wem verbunden ist und welche Interessen sie teilen.

Werbung lässt sich sehr passgenau auf die Zielgruppe abstimmen. Facebook hat Google Milliarden abgegraben und damit die Einnahmen gesenkt.

Die Timeline ist unerbittlich. Aufmerksamkeit gibt es nur kurz.

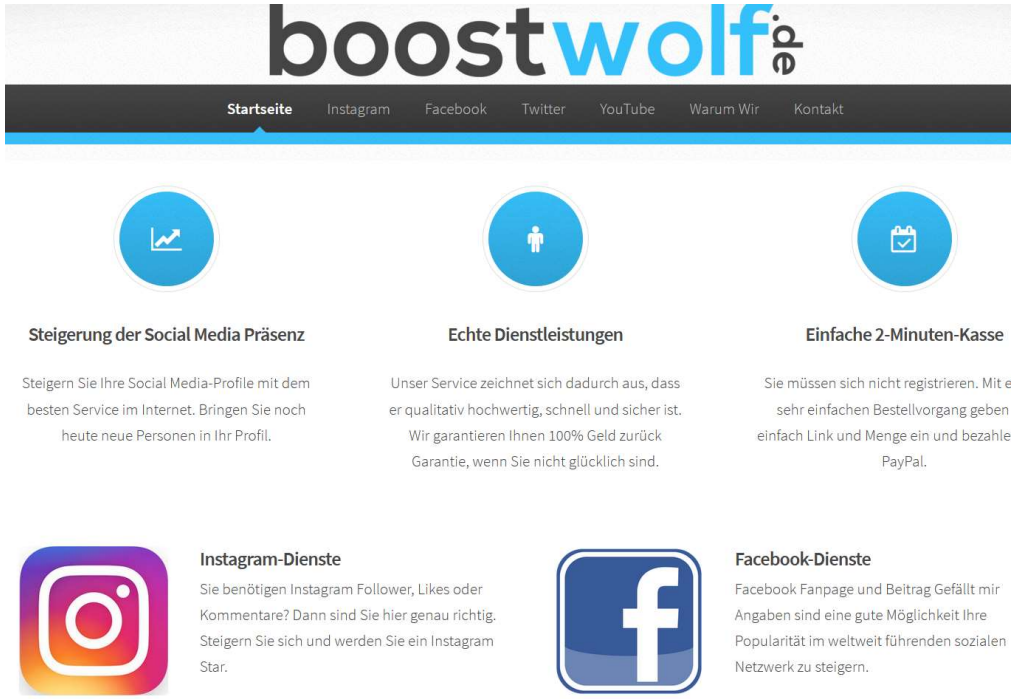
Grundregel für soziale Medien

Soziale Medien sind meist kostenlos. Daher sollte man sie möglichst alle nutzen. Jeder Mensch bevorzugt andere Medien. So lassen sich Interessenten aus allen Quellen zusammenführen.

Viele der Inhalte lassen sich quasi 1:1 von einer Quelle in die andere übertragen bzw. teilen.

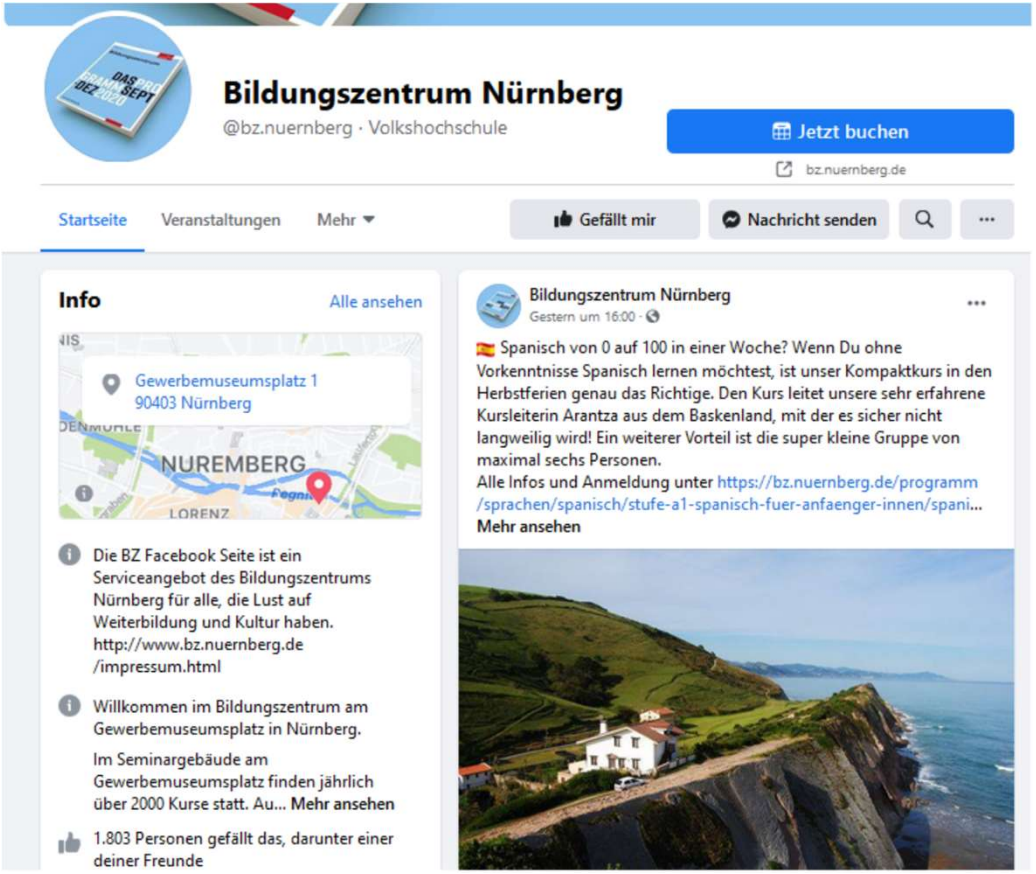
Soziale Medien – Fear Of Missing Out

Sollte man Fans kaufen oder Anzeigen schalten? Ja!



Content Marketing – Social Media

Facebook



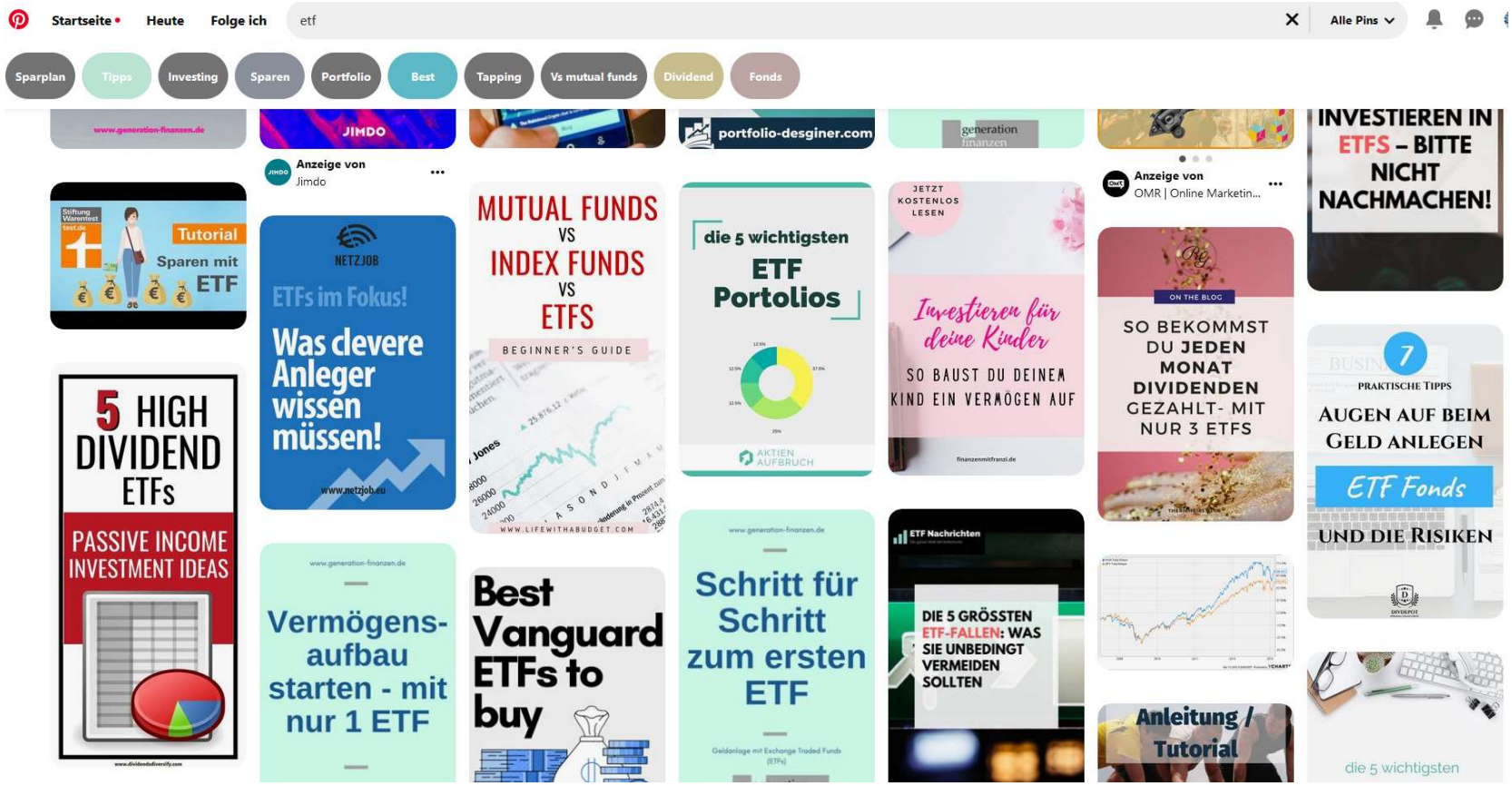
Facebook

Was gehört auf Facebook?

- Unternehmensprofil ausfüllen mit allen Kontaktdaten
- Neuigkeiten aus dem Unternehmen
- Hilfeleistungen
- Bilder / Fotos / Videos
- Content teilen von den eigenen Seiten
- Hilfreichen Content teilen von anderen Seiten
- Fragen der Nutzer beantworten
- Auf Ereignisse hinweisen / Events erstellen
- Exklusivinhalte

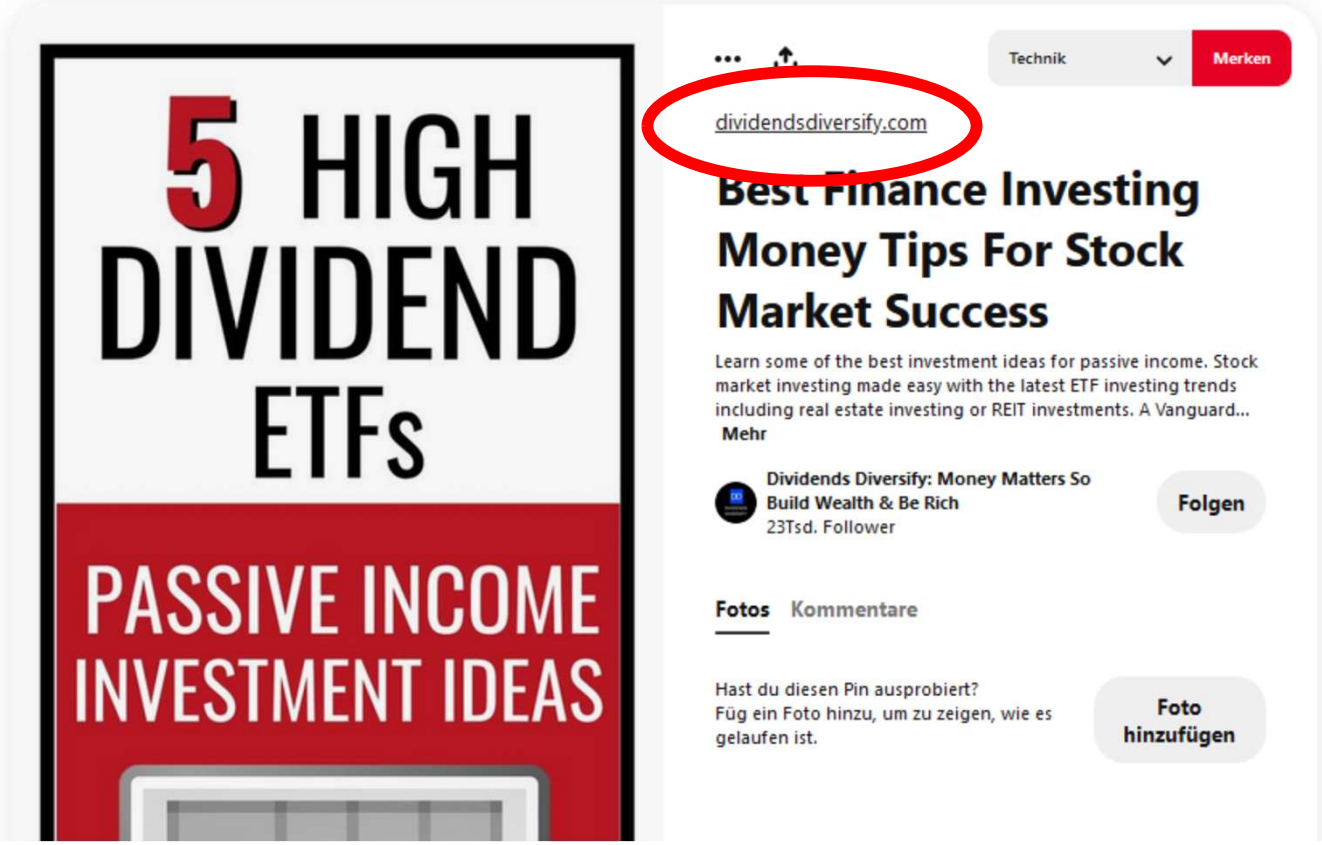
Content Marketing – Social Media

Pinterest



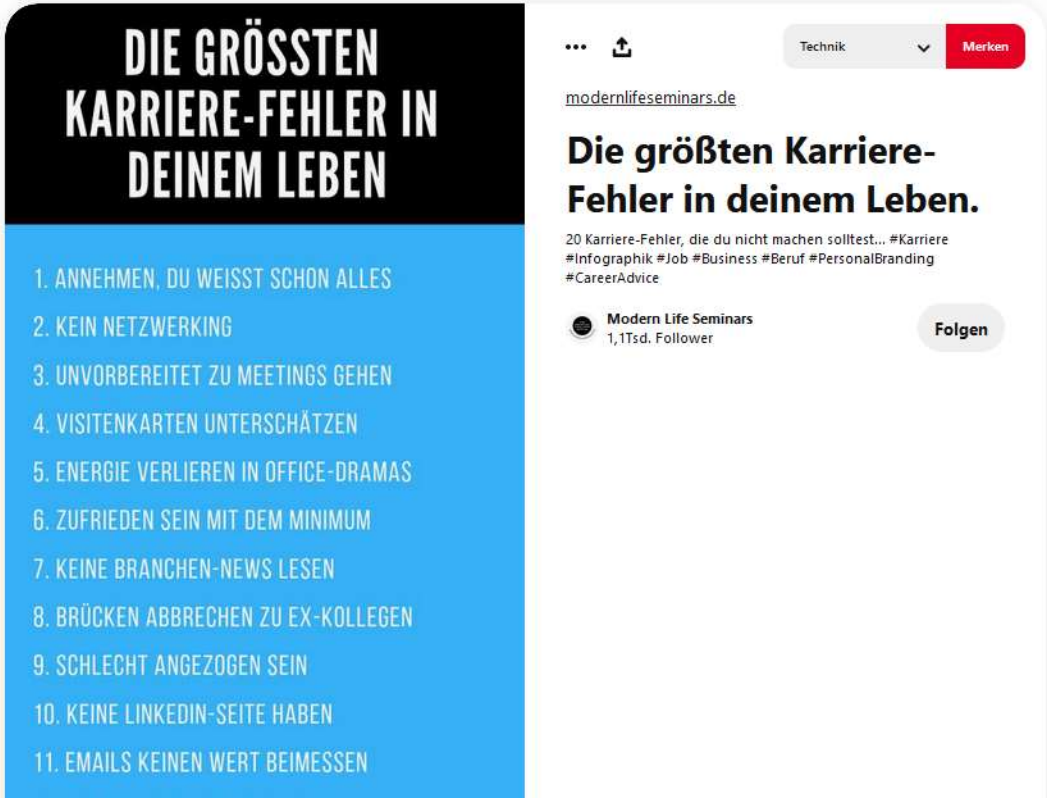
Content Marketing – Social Media

Pinterest



Content Marketing – Social Media

Pinterest



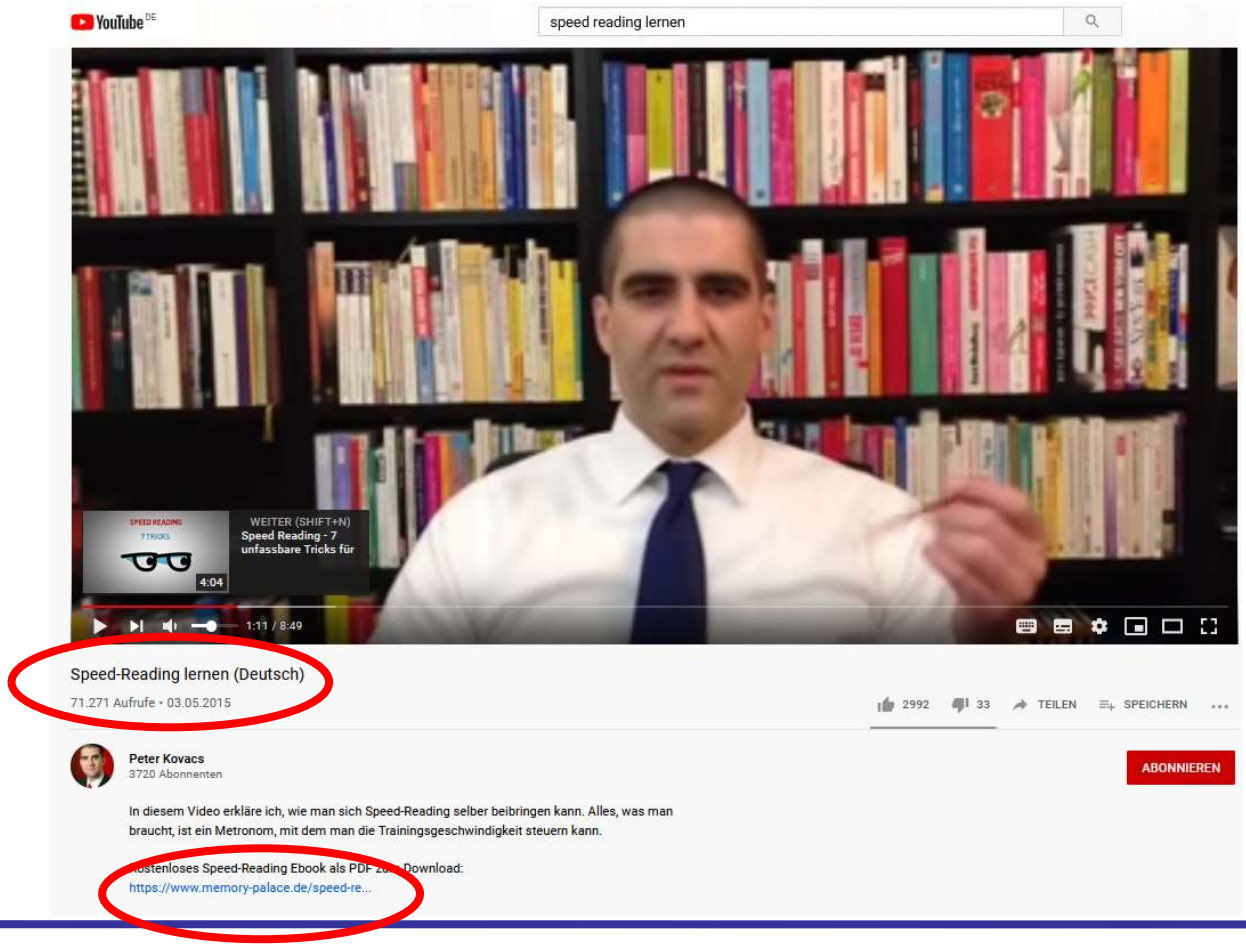
Pinterest

Was gehört auf Pinterest?

- Pinterest ist ein Portal mit überwiegend weiblicher Klientel
- Verlockende Bilder, die den Content / Inhalt widergeben
- Der Pin leitet die Besucher per Link weiter
- „Die … besten Tipps“ – Pins sind immer gut
- Bilder lassen sich auch auf Instsagram / Facebook / Twitter nutzen

Content Marketing – Social Media

YouTube



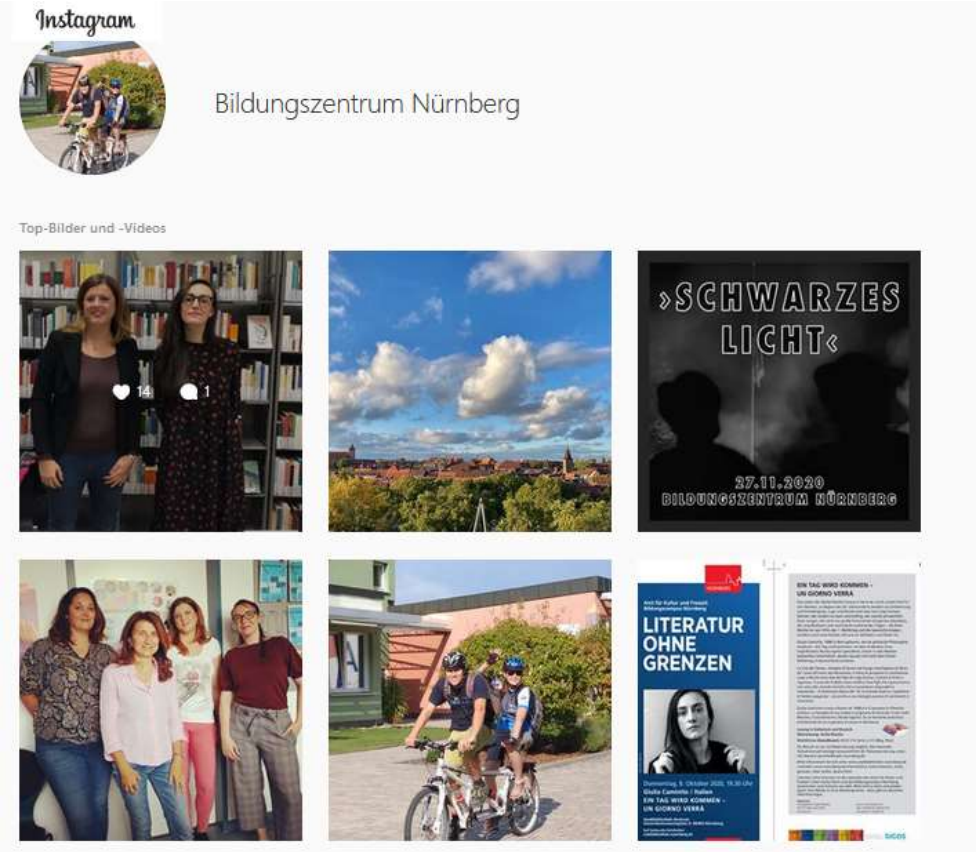
YouTube

Was gehört auf YouTube?

- Wichtige Inhalte mit Mehrwert
- Vorstellung der Firma / Einblick ins Innenleben
- Produktvorstellungen
- Nützliche Tipps
- Videos lassen sich 1:1 aufs Facebook-Profil hochladen
- Traffic lässt sich per Link in der Beschreibung weiterleiten
- YouTube ist eine gute Möglichkeit, um Bekanntheit aufzubauen

Content Marketing – Social Media

Instagram



Instagram

Was gehört auf Instagram?

- News und Informationen mit Bild
- Infos können dann im Kommentar hinterlegt werden
- Eine Verlinkung nach Außen ist nur an einer Stelle im Profil möglich
- #Hashtags ermöglichen es bei Diskussionen in Erscheinung zu treten
- In Fotos lassen sich Links / URL´s / Logos / Marken bekannt machen
- Man kann sich innerhalb der Community einen Namen machen