



Traffic Praxis Guide: Content Strategien für mehr Traffic im Internet

Vorwort

Content Strategien sind in vielen Unternehmen unabdingbar, um Kunden zu erreichen. Aber nicht nur das. Sie sind noch viel wichtiger geworden, um in der Informationsflut überhaupt noch hervor stechen zu können. Bei immer weniger Zeit für die saubere Informationsaufnahme und immer mehr angebotener Information werden die Störgeräusche immer größer und der Weg zur guten Quelle immer zugestellter. Die Unternehmen haben somit nur eine Möglichkeit: Sie müssen wirkungsvolle Strategien entwickeln, um nicht nur qualitativ hochwertige Informationen zu verbreiten, sondern sich auch gegen die aufbrausende Informationswelle der Mitwettbewerber durchzusetzen. Nur wenn auf der Welle der Störgeräusche surft und sich in verschiedenen Formen von anderen Informationen abheben kann, wird heute und in Zukunft erfolgreich kommunizieren. Dabei zählt nicht nur die Platzierung in Suchmaschinen, sondern auch das Medium eine entscheidende Rolle. Ob Texte, Videos oder Bildmaterial am besten beim Kunden ankommen, kann bei unterschiedlichen Themen und Produktgruppen variieren. „Content is King“ – so lautet der Slogan in der modernen Zielgruppen- und Suchmaschinenanalyse. Schon heute sollte der Slogan in „But Visible Content is Emperor“ umgetauft werden.

Inhalt

1. Vorwort
2. Die Zunahme der Inhalte im Medium Internet: Die Informationsflut in Zeiten hochaktiver sozialer Medien
3. Störgeräusch im Infotainment: Die Zunahme der Werbung und Ihrer Werbeformen im Internet
4. Die Optimierung von Textmaterial unter SEO und Werbeaspekten
5. Effektive und wirkungsvolle Content-Strategien, um gehört bzw. gesehen zu werden
6. Social Media Anwendungs-Tipps
7. Ausblick und Prognose
8. Fazit

Die Zunahme der Inhalte im Medium Internet: Die starke Informationsflut in Zeiten hochaktiver sozialer Medien

Die Zeit der sozialen Medien hat zu einer tatsächlichen Digitalisierung des Alltags geführt. Die Teilhabe und die Beteiligung an der sozialen Internetwelt hat mit den gestiegenen Möglichkeiten zu einem erhöhten Informationsaustausch aller Medienformate geführt. Sei es das Posten von Berichten und Bildern, das mal zielorientiert an einzelne Personen oder im Sinne der Informationsverbreitung in Communities, sozialen Netzwerk-Portalen oder Profilen stattfindet oder sei es das Teilen von Videos zur Unterhaltung mit Freunden über Messenger Dienste zwischendurch. Sowohl die Erstellung als auch der Gebrauch und Verbrauch von Datenmaterial hat stark zugenommen und gehört heute zum Alltag in der digitalen Beziehungspflege. Während vor einigen Jahren höchstens Unternehmen eigene Profile aufbieten wollten, gibt es heutzutage kaum noch eine Privatperson, die sich nicht in einem Profil der sozialen Netzwerke veröffentlicht und damit zum so wichtigen Teil der digitalen Gemeinschaft wird. Die Zahl der Möglichkeiten sich zu vernetzen und Daten in welcher Form auch immer zu teilen, zu bewundern hat wahrscheinlich mit einem „Facebook Like“ angefangen und erreicht heute mit langen Kommentarmöglichkeiten Videoübertragungen von Firmenkonferenzen und dokumentierten Ratgebervideos noch längst nicht das Ende der Fahnenstange. Der Markt der Informationen hat sich radikal beschleunigt.



Störgeräusch im Informationsfluss: Die Zunahme der Werbung und Ihrer Werbeformen im Internet

Neben dieser starken Vermehrung und Verbreitung von Informationen haben sich zudem Werbung und Werbeformen etabliert und zu einem zusätzlichen Parallelfloss geführt, der bestenfalls die Information der jeweiligen Angebote ergänzt, in den meisten Fällen Zugänge noch zusätzlich blockiert. Werbebanner, Popups und Werbevideos stören den Leser oder Zuschauer zusehends und tragen dazu bei, dass das Vergnügen der Informationsaufnahme immer weiter beeinträchtigt wird. Lesen kann in vielen Portalen kaum noch ohne Störgeräusche stattfinden. Diese können wortwörtlich akustisch durch selbstauslösende Werbevideos entstehen oder im übertragenen Sinne einfach durch Layer die Sicht beeinträchtigen und damit zumindest die Leselust sofort hemmen. Es entsteht also nicht nur eine Informationsflut, sondern parallel wird auch noch ein Werbewettstreit ausgefochten, dem sich der Leser kaum noch entziehen kann. Die Herausforderung für Werbetreibende wird schnell deutlich. Wie kann ich es schaffen eine wertvolle Information so zu platzieren, dass der Leser sie 1. schlichtweg findet und 2. darüber hinaus während der Lesezeit nur wenigen Ablenkungen oder Unterbrechungen ausgesetzt wird. Die verantwortungsvolle Aufgabe besteht also darin Content in hochwertiger Form zu erstellen, optimal zu platzieren und Werbebotschaften in gut dosierter Menge zu verteilen.



Die Optimierung von Textmaterial unter SEO- und Werbeaspekten

In Zeiten intensiver Suchmaschinenoptimierung und höchster Wirkung von Keywords und Backlinks sowie der Qualität der Information, haben Maßnahmen zur Optimierung von Content Konjunktur. Content zu erstellen bedeutet auch immer Keyword Dichten zu beachten, Meta-Informationen einzubauen und gleichzeitig gute Werbebotschaften zu platzieren. Im besten Fall soll ein 3-Klang von informieren, unterhalten und werben erzielt werden und dies möglichst wirkungsvoll und effizient. Nicht nur gute Informationen zu erstellen, sondern den Kunden zu überzeugen und fast schon permanent ein Quäntchen Mehrinformation zu bieten stellt dabei den Anspruch moderner Werbe- und Marketingagenturen dar. Inhalte sollen dabei gerade in modernen Formen wie Blogs auch leicht zugänglich und für den Leser zum Stamminformationsportal werden. Je stärker die Kundenbindung und die emotionale Bindung an das Medium ist, desto besser und höher ist die

Wahrscheinlichkeit, dass Produkte gekauft und zufriedene Kunden wieder zurückkommen. Die emotionale Sprache und der passende Ton sind dabei aus Werbeperspektive besonders bedeutend. Nur wenn der richtige „Punkt“ getroffen wird und ein Reiz entsprechend gesetzt wird, wird der ungezielte Internetnutzer zum interessierten und zielgerichteten Stammler. Wie im Metier des Inbound Marketing wir dabei langfristig nur eine starke Kundenzentrierung zur Lösung der Aufmerksamkeitsdefizite auf Seiten der Leser auflösen können. Die Frage die sich Marketer dabei stellen ist vor allen Dingen, welche Bedürfnisse des Kunden gedeckt werden können und ob diese nicht auch durch Problemlösungen des eigenen Unternehmens gedeckt werden können. Eine Lösung spiegelt sich also dann wieder, wenn Texte und Informationen besser erreichbar, besser verständlich und zudem beim Leser eine bleibende Wirkung hinterlassen. Im besten Fall soll der Konsum der Contents so überzeugend sein, dass im besten Fall das angebotene Produkt gekauft und weiterempfohlen wird.

Wirkungsvolle Content-Strategien, um besser gerankt bzw. gesehen zu werden

Wie sehen also diese Content Strategien zur besseren Auffindbarkeit im Netz aus? Welche Reize können gesetzt werden, damit der Leser eben doch schneller auf Sie und nicht auf andere aufmerksam wird. Wir möchten Ihnen dazu im folgenden 3 moderne Ansätze bieten.

1. Sowohl die Intext- Optimierung nach Keywords als auch die qualitative Aufbereitung spielen im derzeitigen Google Algorithmus eine entscheidende Rolle. Nur wenn Sie sogenannten Handy Content liefern, der mit einer gewissen Grundpraktikabilität aufwartet, können Sie erfolgreich sein. Zudem zählt auch die Länge der Information eine entscheidende Rolle. Dies lässt sich an den Rankings nach Textlänge deutlich aussagen. Die besten Platzierungen erreichen demnach Texte mit einem Inhalt von 1000-2000 Wörtern. Seien Sie also präzise und versuchen Sie einen Mehrwert mit Ihrem Beitrag zu liefern. Verwenden Sie in Ihren Texten eine vernünftige Keyword Dichte und kombinieren Sie diese mit so genannten LSI-Keywords. So haben Sie zusätzlichen Erfolg bei benachbarten Keyword Gruppen und sorgen für zusätzlichen Traffic. Bauen Sie in jedem Fall .pdf Dateien in Ihre Texte mit ein.



Diese enthalten Mehrinformationen und können Ihrem Artikel oder Beitrag einen deutlichen Schub im Ranking geben.

2. Nutzen Sie ausreichend Verlinkungen. Der einzige Weg, um eine erhöhte Domain-Authority zu bekommen geht über die sozialen Medien. Nur wer es schafft tatsächlich viele Verweise in anderen Fachportalen und Zeitschriften zu sammeln erhöht auch seine eigene Bedeutung. Legen Sie sich also eine Zahl an Sozialen Netzwerken zurecht, die sie nicht nur mit Inhalten bespielen, sondern nutzen Sie die Profile, um dort auf Ihre Seite aufmerksam zu machen. Besonders eine Verlinkung im Profil wird Sie in den Rankings weiter nach vorne bringen. Verlinken Sie dabei alle Medien gleichermaßen: Gerade auch Bild-Dateien können wunderbar gesucht und gefunden werden, wenn die Beschriftungen ausreichend und vollständig erfolgen.

3. Nutzen Sie in dezidierter Art und Weise Social Media Netzwerke, um Ihre Zielgruppen möglichst treffsicher anzusprechen. Nur ein tatsächlicher Content-Fluss, der Ihre Interessenten permanent mit neuem Input versorgt, verhilft Ihrem Angebot zu potentiellen Kunden. Es bleibt nicht aus zu sagen, dass nicht nur die Spitzenanbieter wie Facebook, Twitter und Instagram zu Ihrer Wahl gehören muss. Es bieten sich mittlerweile zusätzliche zahlreiche Nischenanbieter an, die ebenfalls für Ihre Zielgruppe passen kann. Am wirkungsvollsten im Berufsbereich sind sicherlich LinkedIn und Xing, wenn es sich um



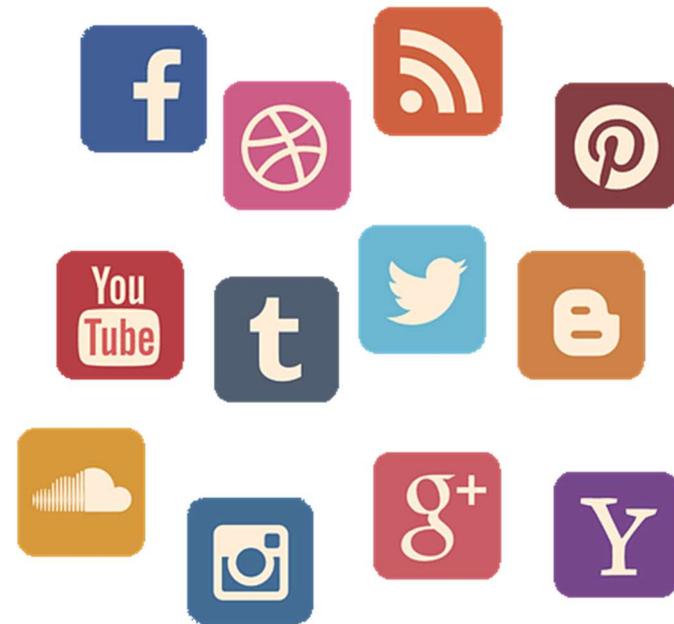
gemischte Inhalte handelt kann auch der Anbieter Pocket weiterhelfen. Zu guter Letzt sollte die Verwendung von Videos nochmal unterstrichen werden. Auch wenn dieses Medium sicherlich vom originären Content Marketing abweicht, haben Videos immer noch einen Sonderstellenwert bei Lesern. Häufig werden Videos öfter gesehen, als dass ein Text vollständig gelesen wird. Denken Sie also an die Strahlkraft der Videobotschaft und verlinken Sie diese zu Ihren Inhalten

3.1 Facebook

Facebook wird momentan von fast allen Zielgruppen genutzt. Gerade die hohe Anzahl an Personen zwischen 6 und 87 macht dieses Netzwerk so ungemein attraktiv. Gerade für die Verbreitung von Werbenachrichten für breite Zielgruppen bleibt Facebook die absolute #1.

3.2 Twitter

Neben Facebook zählt Twitter zum absoluten Top Netzwerk. Der Anteil englischsprachiger Teilnehmer nimmt hier allerdings schon rapide zu. Eine Trennung des Inländischen und internationalen Markt ist hier kaum mehr möglich. Wer also eher in seiner lokalen Gruppe unterwegs ist, kann bei Twitter schon überfordert werden. Die Vielfalt der Personen und die Intensität des Nachrichtenstroms ist einfach zu stark. Eine Erweiterung Ihrer Informationen sollte hier eventuell auf einen englischen Kanal erweitert werden. Ansonsten verfehlen Sie hier einen Großteil des internationalen Publikums ganz einfach



3.3 Instagram als Bilddienst

Hat seit jüngerer Zeit einen enormen Zuspruch gefunden und dient gerade für Werbemedien optimal, um moderne und junge Zielgruppe mit Ihrer hohen Konsumorientierung direkt abzuholen. Wer mit qualitativ guten Bildern und entsprechender Bild und Videobearbeitung aufwarten kann, kann sich hier den Weg in enorme Popularität erarbeiten. Natürlich nicht ohne entsprechend wirkungsvollen Inhalt.

4. Neue Bookmarking Dienste

Zu den neuen Bookmarking Diensten zählen unter anderem auch Pocket. Der Dienstleister hat es neben einer ebenfalls hohen Gefolgschaft, zu einer sehr starken Aktivität geschafft. Diese App kann dringend empfohlen werden.

5. Nutzen Sie die Google Search Konsole, um die einzelnen Positionen Ihrer Keywords „Schritt-für-Schritt“ zu verbessern. Dabei zählt ganz einfach die sukzessive Weiterarbeit und Vertiefung der bestehenden Keywords. Erhöhen Sie die Keyword Menge und verbessern Sie die bereits bestehenden Rankings Schritt-für-Schritt. Sie werden sehen, wie Ihre Seite langsam mehr Besucher und plötzlich mehr Organischen Traffic über die Google Suche erhält. Dazu können Sie sowohl die Positionen als auch die Klicks beobachten, die Ihre Snippets erhalten. Auch die Verwendung von Rich Snippets sollte hier zu Ihrem Programm zählen. Diese zusätzlichen Informationen Suchmaschinen Inforamtionen werten Ihre Angaben zusätzlich auf.



Ausblick und Prognose

Erfolgreiches Online Marketing wird in Zukunft auch weiterhin von den Vorgaben der Suchmaschinen beeinflusst werden. Heutige Content Marketer sind allerdings gut beraten eine möglichst breite Fläche an Medientypen zu verwenden, um Leser in verschiedenen Bereichen ansprechen zu können. Genauso ist es empfehlenswert dieses Material so zu beschriften, dass eine Keyword optimierte Wiederauffindbarkeit gewährleistet werden kann. Nicht nur die Text-, sondern auch die Bildersuche und sogar die Audiosuche - wenn man soweit gehen will - sollte bei Content Strategien zumindest bedacht werden. Die Nutzung von verschiedenen Veröffentlichungsformen dürfte ebenfalls ein Schlüssel zu mehr Traffic bleiben. In Zukunft wird zusätzliche Werbung in den Kernmedien unabdingbar werden, um mit der Konkurrenz mithalten zu können. Nur wer tatsächlich an verschiedenen Punkten sichtbar ist, wird auch Aufmerksamkeit erhalten. Eine Einfachplatzierung wird wohl bald schon zu sehr durch die andauernden Nebengeräusche überlagert werden.

