



econsor

Ideen
Überlegen
Verwirklichen

#Blogs #Content-Marketing

Ohne Traffic keine Neukundengewinnung

Checkliste

10 Punkte für Ihre erfolgreiche Bloggerstellung

Tipps zum Durchstarten

Sie möchten einen Blog auf Ihrer Internetseite integrieren, um den Traffic auch im Social Network zu erhöhen? Sie planen, den Austausch mit Kunden und Interessenten anzustoßen?

Ziel eines Blogs ist die Generierung von Traffic für Ihre Webseite und Ihre Social Media Kanäle. Eine erfolgreiche Social-Media-Strategie für Ihr Unternehmen kann mit einem Blog beginnen, denn die einzelnen Blogbeiträge, die Sie posten, haben den Auftrag, die Leute aus den sozialen Netzwerken letztendlich auf Ihre Internetseite zu bringen.

In einem Blog zeigen sich im Optimalfall die Persönlichkeit, die Werte, die Standpunkte und die Philosophie Ihres Unternehmens. In Ihrem Blog sollen Ihre Kunden Sie nicht nur kennen, sondern auch schätzen lernen, d. h., Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auf jeden Fall mit positiven Emotionen verbinden. Wir zeigen Ihnen, wie Sie vorgehen müssen, unterstützen Sie aber auch gerne in Ihrem Vorhaben.

1 Setzen Sie sich realistische Ziele

Das Wichtigste überhaupt: Werden Sie sich klar, was Sie mit dem Blog erreichen möchten. Wollen Sie damit Kunden gewinnen oder sehen Sie darin einen reinen Imagegewinn? Sie möchten Ihren Bestandskunden einen Mehrwert bieten? Sie möchten über Ihren Blog Mitarbeiter gewinnen? Ein Blog ist eine gute Recruiting-Strategie und kann auch bestehende Mitarbeiter an Ihr Unternehmen binden. Nur wenn Sie genau wissen, was das Ziel Ihres Blogs ist, können Sie



die entsprechenden Schritte einleiten, um Ihr Ziel zu erreichen. In welcher Zeit möchten Sie Ihr Ziel erreichen? Behalten Sie Ihre Ziele auch im Hinterkopf, bevor Sie loslegen, damit Sie später auswerten können, ob Ihr Blog Sie auch an das gewünschte Ziel gebracht hat.

■ 2 Setup - Basis Ihres Bloggerfolgs

Derzeit ist WordPress das beste Blogsystem und auch unsere Empfehlung. Unsere Blog-Spezialisten arbeiten ebenfalls damit, denn kein anderes Content-Management-System beherrscht die wichtigsten Blogfunktionen so gut wie WordPress. Im Folgenden möchten wir auf einige sehr wichtige Punkte eingehen, die von spezieller Bedeutung sind, da die Technik doch immer ein paar Stolpersteine bereithält.

- Entscheiden Sie sich für einen Domainnamen, egal ob mit Keyword oder Ihrem Markennamen.
- Überlegen Sie sich die Funktion, die Struktur und das Design für Ihren Blog bzw. Ihre Webseite, wenn Sie gleich alles aus einem Guss machen möchten, was wir Ihnen anraten, wenn Sie ein Start-up gründen.
- Entscheiden Sie sich für einen WordPress-Profi, wenn Sie hier auf der sicheren Seite sein möchten.

■ 3 Design mit Sinn

Achten Sie auf ein Design, mit dem Sie für Wiedererkennungswert sorgen und die CI Ihres Unternehmens widerspiegeln. Ihr Blog muss auf allen Geräten lesbar sein. Wir kennen diese Anforderungen erstellen in Zusammenarbeit mit Ihnen ein unverwechselbares und responsives Design, das auch auf dem Smartphone punktet. Setzen Sie aussagekräftige und Ihrem CI entsprechende Bilder oder eine unterstützende Grafik ein und achten Sie darauf, dass Sie die Bildrechte besitzen.

■ 4 Zeigen Sie Profil

Auch bei einem Blog gelten die Regeln des Marktes. Wenn man sich an Ihr Unternehmen erinnern soll, müssen Sie sich auch mit Ihrem Blog vom Wettbewerb absetzen.

Schauen Sie sich an, was Sie anders oder besser machen können, als die anderen in Ihrer Branche. Dazu gehören neben Design und Aufbau aber auch Themenlücken, die Sie besetzen können. Fügen Sie Ihrem Unternehmen Persönlichkeit hinzu durch Ihre Philosophie und die gelebte Unternehmenskultur. Positionieren Sie sich auch mit Fotos und Videos. Zeigen Sie Ecken und Kanten, auch im Recruiting, dann werden Sie authentisch und unverwechselbar!

Vergessen Sie nicht: Hier sollten Sie, da Ihre Leser ja auch Ihre jeweilige Zielgruppe sind, diese genau kennen. Die Motive und Gewohnheiten Ihrer Nutzer wie auch deren Eigenheiten sind Grundlage für das Erstellen der Inhalte, denn Sie sollten genau darauf eingehen, was diese zu lesen wünschen. Gehen Sie nie davon aus, was Sie selbst gerne lesen mögen.



Abb.: Inhalte eines Blogs

5 Generieren Sie Traffic

Ganz wichtig ist es natürlich, dass Ihre Besucher sofort erkennen, worum es auf Ihrer Seite geht. Und das beste Design nützt Ihnen natürlich gar nichts, wenn Sie keine Inhalte auf dem Blog haben. Ohne Inhalte kommen gar keine Besucher auf Ihren Blog, da Sie über Google nicht gefunden werden. Machen Sie aber nicht den Fehler, nur einen SEO-Blog zu betreiben, wo Sie keine eigenen Texte veröffentlichen und nur ein paar interne Links auf Ihre wichtigen Unterseiten setzen.

Versuchen Sie einen wirklich interessanten und spannenden Blog zu haben. Denn so bekommen Sie Leser, die sich mit der Thematik auseinandersetzen und sich dafür interessieren. Und aus zufriedenen Lesern können ganz schnell auch zufriedene Kunden werden.

Wir empfehlen, lieber einen richtig guten Blogartikel pro Woche zu veröffentlichen, als mehrere kompromissbehaftete Artikel, die schnell und ohne wirkliche Erkenntnis für den Leser geschrieben wurden. Niemand teilt gern mäßig gute Inhalte. Leser wollen selbst Kompetenz vermitteln, wenn sie Inhalte teilen. Und zu viele nicht ganz so interessante Artikel lassen die User auch abstumpfen. Hier ein paar Tipps für mehr Traffic: die entsprechenden Schritte einleiten, um Ihr Ziel zu erreichen. In welcher Zeit möchten Sie Ihr Ziel erreichen? Behalten Sie Ihre Ziele auch im Hinterkopf, bevor Sie loslegen, damit Sie später auswerten können, ob Ihr Blog Sie auch an das gewünschte Ziel gebracht hat.

Teilen Sie Ihre Artikel im Social Web

Posten Sie Ihren neuen Artikel auf Facebook und Twitter. Falls Sie schon E-Mail-Abonnenten haben, informieren Sie diese, dass ein neuer Artikel online ist.

Auf diese Weise kommen Sie auch am Anfang auf Ihre ersten Besucher, bevor bereits die betreffende Unterseite zu dem Keyword gerankt ist.

Geben Sie Ihren Lesern die Möglichkeit, den Artikel zu teilen

Richten Sie in Ihrem Artikel eine Sharebar ein. Darüber haben User die Möglichkeit, diesen Artikel zu teilen, wenn er ihnen gefallen und weitergeholfen hat. Das Gleiche kann man auch auf der Webseite machen, denn ein guter Artikel wird auch hier weiterempfohlen.



Kontaktieren Sie Influencer

Je nach Ihrer Produktpalette und Ihrer Zielgruppe können Sie mithilfe von Influencern Traffic generieren. Das Prinzip ist einfach: Sie kontaktieren Influencer, die bereits über das Thema berichtet haben und eine große Anzahl an Follower haben mit dem Hinweis, dass Sie einen neuen Artikel zu diesem Thema veröffentlicht haben, der für ihre Leser/ Zuschauer / Zuhörer von Interesse wäre.

6 Content is King

Sie haben nur wenige Sekunden Zeit, Ihre Leser davon zu überzeugen, Ihre Online-Texte zu lesen. Denn am Bildschirm scannen Leser die Texte erst einmal quer, um sich schnell einen Eindruck vom Inhalt zu schaffen.

Damit Ihre Texte dem Verhalten eines Online-Lesers gerecht werden, müssen Sie erst einmal Themen finden. Eine gute Idee für den Start ist es immer, mit den größten Hürden Ihrer Kunden zu beginnen und Tipps zu geben, wie sie diese überwinden können. Nun zum Schreiben:

Wecken Sie Interesse mit Überschriften

Sagen Sie gleich, worum es geht. Benutzen Sie Begriffe, mit denen Ihre Kunden nach Ihrem Angebot suchen. Das erhöht die Chance, dass Ihre Blogartikel in Suchmaschinen gefunden werden.

Gliedern Sie ganz klar

Gliedern Sie Ihren Text in kurze Absätze. Arbeiten Sie mit einer Zwischenüberschrift, denn das hilft den Lesern beim Überfliegen an den wichtigen Stellen hängen zu bleiben.

Schreiben Sie mit einfachen Worten

Schreiben Sie so, wie Sie sprechen und in einfachen Hauptsätzen. Denken Sie immer daran, je einfacher Ihre Formulierungen sind, umso schneller können sie vom Leser aufgegriffen werden.

Bevorzugen Sie die deutsche Sprache

Beim schnellen Überfliegen (Scannen) eines Textes können wir viel besser deutsche Wörter aufnehmen als beispielsweise lateinische oder englische Begriffe. Es sei denn, Sie schreiben für ein Fachpublikum, dann ist Fachjargon angebracht.

Formulieren Sie kurz und punktgenau

Das heißt beim Online-Schreiben kurze Absätze, kurze Hauptsätze mit höchstens einem Nebensatz und kurze Worte. Stellen Sie die wichtigsten Informationen an den Anfang des Absatzes und den Anfang des Satzes.

Verben statt Substantive

Vermeiden Sie zu viele Substantive und verwenden Sie stattdessen Verben. Halten Sie es wie die Werber, die sagen: „Verben werben.“

Wählen Sie eine persönliche Ansprache

Nutzen Sie die direkte Ansprache (You-Appeal) und vermeiden Sie es unpersönlich zu bleiben. Verzichten Sie auf Passivkonstruktionen und sprechen Sie Ihre Kunden direkt in der Ich- oder Wir-Form an.



Füllen Sie Ihre Sprache mit Leben

Je lebhafter Ihr Text wird, umso besser bleiben Informationen hängen, weil Sie im Leser Emotionen wecken und seine Motive bedienen!

Integrieren Sie relevante Suchbegriffe

Sie sollten herausfinden, mit welchen Wörtern (Keywords) Ihre potenziellen Leser suchen, um passende Angebote zu finden. Verwenden Sie diese Suchwörter. Denn nur so können Suchmaschinen Ihren Text anzeigen, wenn nach diesen Begriffen gesucht wird.

Verlinken Sie sich

Verweisen Sie in Ihren Blogartikeln auf andere Blogartikel von Ihnen zum Thema oder auch auf fremde Seiten, die Sie natürlich verantworten können. Das vermittelt zusätzlich Weltoffenheit und Kompetenz.



Schreiben ist leicht. Man muss nur die falschen Wörter weglassen.

— Mark Twain, Schriftsteller

■ 7 **Vermarkten Sie sich professionell**

Das Vermarkten Ihrer Blog-Artikel ist mindestens genauso wichtig, wie das Erstellen der Inhalte. Denn die schönsten Inhalte bringen nichts, wenn sie niemand sieht. Schreiben Sie einmal aber promoten und teilen Sie Ihre Artikel mehrmals. Auf Facebook und auch auf Twitter sogar ein paar-mal. So sehen auch Leute Ihre Artikel, die Sie beim ersten Mal verpasst haben. Wenn Sie einen Knaller geschrieben haben, schalten Sie ruhig auch mal eine Facebook-Anzeige. Das bringt Ihnen kurzfristig sehr viel mehr Leser.

■ 8 **Planung führt zum Erfolg**

Planung ist für einen erfolgreichen Blog unbedingt erforderlich. Arbeiten Sie mit einem Redaktionsplan, den Sie schon ein paar Wochen im Voraus füllen. Tragen Sie hier auch geplante Seminare, Produkte und für Kunden relevante Termine ein. So kommen Sie nie in die Lage, am Blog-Tag nicht zu wissen, worüber Sie schreiben sollen, denn zur Planung gehört natürlich auch ein fester Erscheinungstag für Ihre Artikel.



econsor

Ideen
Überlegen
Verwirklichen

9 Vom Leser zum Käufer

Wie verwandeln Sie Blog-Leser in Käufer? Eine gute Möglichkeit ist z. B. E-Mail-Marketing. Der Verkauf passiert nicht im Blog. Ihre Blog-Inhalte sind dafür da, Bekanntheit, Sympathie, Vertrauen und Bindung aufzubauen. Sprechen Sie die Bedürfnisse Ihrer Wunschkunden an und gehen Sie davon aus, dass diese in der Lage sind, die Qualität Ihrer Artikel zu beurteilen. Das bringt Ihre Leser immer wieder zurück zu Ihnen und veranlasst sie, sich für Ihren E-Mail-Newsletter anzumelden, was Interessenten in zahlende Kunden umwandelt.

10 Tracking und Analyse für Ihren Erfolg

Sie dürfen nun nicht versäumen, regelmäßig Ihre Google Analytics Daten auszuwerten, um zu sehen, ob sich Ihre Blog-Aktivität auszahlt. Woher kommen Ihre Besucher und werden es mit der Zeit tatsächlich mehr? Bringen Ihnen Facebook und Twitter den gewünschten Traffic oder sollten Sie da vielleicht noch aktiver werden? Welche Response haben Sie und wie lange bleiben Ihre Besucher? Aus den Antworten auf diese und andere Fragen leiten Sie Ihr weiteres Vorgehen ab.

Sie haben sich schon alle Mühe gegeben, schreiben regelmäßig Artikel für Ihren Blog und trotzdem bekommen Sie nicht die Ergebnisse, die Sie sich erhoffen?

Dann kontaktieren Sie gerne unseren Blog-Experten!



Unser Experte für Bloggerstellung Ihr Ansprechpartner bei econsor

Adrian Weinschenk, Mediengestalter
07 11 / 46 05 89 – 54
adrian.weinschenk@econsor.de



econsor

Ideen
Überlegen
Verwirklichen

econsor GmbH Stuttgart

Villastraße 1
70190 Stuttgart
Fon 07 11 / 46 05 89 - 50
Fax 07 11 / 46 05 89 - 59

info@econsor.de
www.econsor.de

econsor GmbH Ludwigsburg

Häldenfeld 4
71723 Großbottwar
Fon 0 71 48 / 92 88 99 - 0
Fax 0 71 48 / 92 88 99 - 9

info@econsor.de
www.econsor.de

econsor GmbH Heilbronn

Bismarckstraße 6
74072 Heilbronn
Fon 0 71 31 / 12 01 45 - 0
Fax 0 71 31 / 12 01 45 - 9

info@econsor.de
www.econsor.de

econsor GmbH Heidelberg

Klausenpfad 14
69212 Heidelberg
Fon 0 62 21 / 32 18 86 – 0
Fax 0 62 21 / 32 18 86 – 9

info@econsor.de
www.econsor.de

Quellen:

Prof. Stefan Hejnk (2011): Texten fürs Web: planen, schreiben, multimedial erzählen
dpunkt Verlag; Auflage: 2., überarb. und erw. Auflage vom 28. März 2011

Miriam Löffler (2014): Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Internet, Web Verlag: Galileo Computing, 1.
Auflage vom 24. Februar 2014