

Texten fürs Web: Wer, was, wie?

- Wer sich um Texten fürs Web kümmern sollte.
- Was Sie unbedingt tun müssen, um Leser online zu vertreiben.
- Wie Sie es besser machen.

Wer sind Ihre Zielgruppen?

- An wen richtet sich die Site? Jede Zielgruppe hat einen Navigationspunkt auf der Startseite verdient.
- Barrieren abbauen. Oder lassen Sie sich gern sagen, dass Ihre Augen nicht gut genug sind für diese Website, Sie zu ungeschickt, um mit der Maus den Mini-Button zu treffen, Ihr Computer zu langsam und Ihre Software aber auch komplett veraltet?

Auch eine Zielgruppe: Google

- Google mag es nicht, wenn man versucht, es auszutricksen.
- Seiten nicht für die Suchmaschine optimieren, sondern für Ihre Zielgruppe.
- Kümmern Sie sich um gute Texte!
- Kümmern Sie sich um gute Links.

Alle reden von SEO...

OnSite:

- Im HTML-Code: Überschriften, Links, Meta-Tags (Schlagworte). Und den Dateinamen nicht vergessen.
- Im Text: Überschriften, Teaser, Lead, Texte, Links...

OffSite:

- Hier könnte Ihre Domainadresse stehen! (Falls sie vorzeigbar ist).

Wenn SEO fehlt...

- Heißt Ihr Title-Tag auch „home“? Dann viel Spaß, wenn User Sie suchen.
- Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Energiekonzern und verkaufen Strom. Ihre Marketing-Abteilung vertritt die Philosophie, „Energie“ statt Strom zu sagen und „Qualitativ hochwertig“ statt „billig“. Was, glauben Sie, geben die User bei Google ein: „qualitativ hochwertige Energie“?

...keiner spricht von SMO.

- Nur auf aktuellen Content kann man immer wieder neu verlinken.
- Schlagworte (Tagging) und Bookmarking nutzen.
- Eingehende Links fördern.
- Eigenen Content auf mehreren Wegen verbreiten.
- Syndication und Mashup erleichtern.

Quelle: Social Media Optimization nach
Rohit Barghava

Netzwerken mit Web 2.0

- Echte Links auf Ihre Site verbessern Ihr Google-Ranking. Oder was glauben Sie, wozu die Medien Blogs nutzen?
- Blogs, Twitter, Podcasts sind mehr als Text, Audios und Videos online. Man kann sie abonnieren. Das Netzwerk unterstützt Sie bei Ihrer Arbeit.
- Datenschutz ernst nehmen. Übrigens auch das Telemediengesetz (TMG).

Netzwerke knüpfen

- Machen Sie Ihr Netzwerk sichtbar.
- Behalten Sie im Blick, was andere online über Sie sagen, und halten Sie Kontakt.
- Was sagt Wikipedia über Sie? Jedenfalls keinen Werbetext.

Was Sie tun müssen...

...um Online-Leser zu verärgern:

- Wir verstecken unsere Informationen wie die Ostereier. Guter Ort: das Textende.
- Das größte Geheimnis ist die Webadresse. „www.vzbv.de“ oder „www.kdfb.de“ ist noch harmlos – wie wär's mit „www.a-b-p.de“?
- Dafür geizen wir nicht mit blumigsten Werbetexten. Nirgends. Auch nicht auf Wikipedia.

...um Ihre User zu vergraulen...

- Wir reden nur mit Fachleuten. Und zwar in deren Fachsprache.
- Alle Besucher unserer Site bekommen erst Mal ein Flash-Intro. Da müssen sie durch! Und Google ignoriert es.
- Um an Infos zu kommen, muss man Ihnen sämtliche Kontaktdaten liefern, einschließlich der Kontonummer.
- Am besten machen Sie die Registrierung kostenpflichtig.

...und Ihren Ruf online zu ruinieren

- Ihr Netzwerk täglich mit neuen Produktinformationen überhäufen (per Newsletter, Spam-Mail, Twitter, RSS...)
- In fremden Blogs, Foren oder Communitys ungefragt Werbung hinterlegen (samt Link auf Ihre Site)
- Auf Anfragen oder Kritik gar nicht erst antworten, gleich den Anwalt einschalten.

Wie Sie es besser machen.

- Journalistisch überzeugen. Mit Text, Service, auf allen Kanälen.
- Weiteren Zielgruppen durch ausgewählte Information Service bieten. Kanal je nach Zielgruppe einsetzen.
- Google verstehen heißt seine Zielgruppen verstehen.
- Präsent sein, wo Ihre Zielgruppen Information suchen (Communitys, Blogs, Twitter und natürlich: im *real life*).
- Also alles keine schwarze Magie, oder?



© 2008 Big Oak - www.bigoakinc.com - Art by Kelly Ishikawa - www.kellyishikawa.com

Vielen Dank

für Ihre
Aufmerksamkeit!