

**WISSEN
MACHT
ERFOLG**



Whitepaper

Online Marketing II



Checkliste für SEO-Basics

9 Facts, die Sie beherrsigen sollten

Mit LinkedIn zum Business Influencer werden

Aufmerksamkeit & Reichweite erzielen

MIT LINKEDIN ZUM BUSINESS-INFLUENCER WERDEN

Beim Begriff „Influencer“ denken viele spontan an junge Menschen, die ihre Leidenschaft für Beauty, Reisen und Lifestyle über soziale Medien teilen. Damit erzielen sie Aufmerksamkeit und teilweise enorm große Reichweiten. Sie werden zu Meinungsbildnern und zu einer eigenen Marke. Solche Effekte wünscht man sich auch im geschäftlichen Umfeld häufig. Erfahren Sie hier, wie Ihnen das als Business-Influencer gelingen kann.

Mit LinkedIn in zwei Minuten startbereit

Facebook, Instagram oder gar TikTok bilden für unternehmerische Belange meist nicht das passende Umfeld, um als Business-Influencer aktiv zu werden. Daher lohnt sich ein Blick auf die Unternehmensplattform LinkedIn. Diese nutzen alleine in Österreich bereits rund zwei Millionen Menschen, um Geschäftskontakte zu pflegen, sich über Karrierechancen zu informieren und Unternehmens-News zu folgen – ein riesiges Potenzial, das Influencer kostenfrei nutzen können. Das kann für Unternehmer und Selbständige ebenso relevant sein wie für Fachkräfte und Spezialisten großer Firmen, deren Expertise von öffentlichem Interesse ist. Zu diesem Zweck hat LinkedIn vor einigen Monaten den „Creator Mode“ für persönliche Profile eingeführt. Um ihn zu aktivieren, loggen Sie sich in Ihr persönliches Profil ein, klicken rechts oben auf „Sie“, anschließend auf „Profil anzeigen“ und scrollen auf der Hauptseite nach unten bis „Creator-Modus“ den Regler auf „ein“, wählen bis zu fünf Themenbereiche (Hashtags) aus, auf die Sie sich inhaltlich als Influencer fokussieren wollen, und los geht's.



ING. ANTON KUTSCHERAUER

Seit 1994 ist er als leidenschaftlicher Kommunikator für neue Medien und Online-Welten tätig. Seit 2010 ist er selbständiger Digital Marketing Spezialist und Social Media Guide. Als Navigator in der modernen Online-Welt unterstützt er Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größen dabei, erfolgreich hier ihre Ziele zu erreichen. Seine Spezialgebiete sind strategische Online-Beratung, Kommunikation in sozialen Netzwerken, digitales Marketing sowie Trainings und Umsetzungen.

Von diesen Funktionen profitieren Sie als „Creator“

Die wesentlichste Änderung ist, dass bei Ihrem Profil neben Kontakten nun auch Follower zugelassen werden. Diese können bei Interesse jederzeit Ihren Newsstream abonnieren, ohne dass sie mit Ihnen als Kontakt verbunden sein müssen. Die Aktivierung des „Creator-Mode“ macht alle Ihre Kontakte automatisch zu Followern – Sie verfügen also vom Start weg über eine Basis-Community, die Sie informieren und nach und nach erweitern können.

Darüber hinaus erhalten Sie Zugriff auf Analyse-daten (abrufbar über Ressourcen > Creator-Modus), die Aufschluss über Beitragsreichweiten, Aktivitäten und demografische Daten der Follower liefern. Mit ihnen lässt sich die Leistung von Pos-

tings, Gestaltungsvariationen und Inhalten bewerten, um stete Verbesserungen zu erzielen.

Creators verfügen außerdem über eine kostenfreie Newsletter-Funktion (Aufruf über die Funktion „Artikel erstellen“ im Bereich für neue Beiträge). Es stehen umfangreiche Gestaltungsmöglichkeiten mit Betreff, Titel, Bild, Textformatierung, Links etc. zur Verfügung. Der Versandzeitpunkt und ein regelmäßiges Intervall können geplant werden. Interessent*innen haben die Möglichkeit, Ihren Newsletter über LinkedIn zu abonnieren und erhalten ihn dann per E-Mail zugesandt.

So gewinnen Sie Follower als LinkedIn-Influencer

Basis des Erfolgs sind interessant aufbereitete Geschichten und attraktiv gestaltete Beiträge, die zu Interaktionen (Likes, Kommentare, Shares) einladen. Achten Sie dabei nicht nur auf eigene Veröffentlichungen, sondern werden Sie auch bei LinkedIn-Unternehmensseiten und anderen Followern aktiv, indem Sie deren Beiträge liken und dort Kommentare mit Mehrwert veröffentlichen. Diese Aktivitäten fördern die Sichtbarkeit Ihres Profils und Ihrer Beiträge bei neuen Zielgruppen.

Als technische Unterstützung zur Erweiterung der Community bietet der Creator Modus einen „Follow me“-Link bzw. entsprechenden Button an (verfügbar in den Creator-Tools unter „Link folgen“). Diese Verknüpfung kann auf externen Quellen (Website, E-Mail-Signatur, QR-Code) platziert werden und ermöglicht potenziellen Interessent*innen, Ihr LinkedIn-Profil mit nur einem Klick zu abonnieren.

Ausprobieren ohne Risiko

Business-Influencer zu sein, klingt spannend? Aber Sie sind nicht sicher, ob Ihnen das wirklich gelingt oder ob Sie über einen längeren Zeitraum derart aktiv sein wollen? Kein Problem, probieren Sie es einfach aus! Den Creator Modus können Sie jederzeit deaktivieren. Dann erhalten Sie wieder Ihr gewohntes persönliches LinkedIn-Profil zurück, das ausschließlich Verbindungen zu den von Ihnen selbst ausgewählten Geschäftskontakten enthält.



SEMINARTIPPS

LinkedIn verstehen und klug nutzen

 332141

Teil 1: Erste Schritte auf dem Weg zum LinkedIn-Profil

 332142

Teil 2: It's all about Content

 332143

CHECKLISTE FÜR SEO-BASICS



DIPL.-DES. (FH) MAREN FICK

In ihrer Position als Teamlead & SEO Project Manager bei den Digitalisten unterstützt sie in SEO Strategy, SEO Performance und Content Optimierung. Durch ihre mehrjährige Führungstätigkeit als „Teamleitung Online Content Marketing“ für BILLA und als eCommerce Manager für BIPA besitzt sie fundierte Digital-Kenntnisse, Know-How in strategischer Markenführung und eine Leidenschaft für eCommerce. Nach 15 Jahren Berufserfahrung in internationalen Werbeagenturen war sie von 2009 bis 2015 als Creative Director und Digital Strategist in Österreich und Deutschland tätig.



Fact 1:

Richten Sie die Google Search Console und Google Analytics ein, um den Überblick über die SEO-Performance und aussagekräftige Daten Ihrer Website zu bekommen. Welches Ziel sollen die SEO-Maßnahmen haben: Wollen Sie eCommerce-Ziele fördern, Traffic steigern oder zum Reputation-Management Ihrer Seite beitragen?



Fact 2:

Die XML-Sitemap ist der Wächter für Google, welche Seiten für User sichtbar sein sollen. Darin wird Google mitgeteilt, welche Seiten gecrawlt und indexiert werden dürfen. Erstellen Sie die XML-Sitemap und laden Sie diese in der Google Search Console hoch. Außerdem sollte ein Verweis darauf in der robots.txt-Datei enthalten sein.



Fact 3:

Ist Ihre Seite auf Google indexierbar oder verhindern – unbeabsichtigt – Noindex-Tags z. B. von einer Staging-Umgebung die Crawlbarkeit?



Fact 4:

Für welche Keywords rankt Ihre Seite bereits? Sind das die Keywords, für die Sie mit Ihren Produkten oder mit Ihren Dienstleistungen gefunden werden wollen? Erstellen Sie eine Liste der relevanten Suchbegriffe, die auf die definierten Conversion-Ziele einzahlen. Ermitteln Sie die Potenziale von Keywords anhand von Suchvolumen und der Überschneidung mit dem Mitbewerber.

**Fact 5:**

Entwickeln Sie Metadaten für alle URLs Ihrer Seite und setzen Sie dabei auf die passenden Target-Keywords mit dem größten Potenzial.

**Fact 6:**

Prüfen Sie, ob die Ziel-Keywords der Metadaten auf Seiten verweisen, die auch den relevanten, auf SEO basierenden Content zu bieten haben. Wenn nicht, sollten neue Ziel-URLs mit dem passenden Content dafür geschaffen werden.

**Fact 7:**

Entfernen Sie Duplicate Content und verbessern Sie interne Verlinkungen.

**Fact 8:**

Ein regelmäßiges technisches Monitoring macht Ihre Seite auch im Bereich des technischen SEOs für Google fit. Dazu gehören u. a. das Beheben von Fehlern wie 404-Seiten, das Setzen von Redirects, die Optimierung des Page-Speeds, das Hinzufügen von Structured Data und vieles mehr.

**Fact 9:**

Erweitern Sie stetig Ihr URL-Inventar, um die Rankingchancen mit einem größeren Keyword-Set zu verbessern.

**SEMINARTIPPS**

Suchmaschinen-Optimierung & Suchmaschinen-Marketing 🔍 30065

Google 1x1: SEO 🔍 30078

SEO-Texten fürs Web 🔍 332198

UNSERE WELT TICKT DIGITAL.

Entdecken Sie die
Online Marketing Welt
in der ARS Akademie.

ars.at/onlinemarketing



Ihr Ansprechpartner

Niklas Schröfel

Bildungsberater

niklas.schroefel@ars.at | +43 1 713 80 24-78

Nähere Informationen finden Sie unter: **ars.at**

