BUSINESS ACADEMY RUHR

Akademie für Digital Business

Social Media Frühstück für Unternehmen

Homepage/Blog/Newsletter/SEO – Tipps für mehr digitale Sichtbarkeit

Vorstellung meiner Person

Holger Rohde

Geschäftsführung (CFO) BAR

Social Media Manager (IHK)

Kaufmann/Wirtschaftsdozent

Bildquelle: eigenes Bildmaterial

Akademie für Digitalisierung

Bildquelle: eigenes Bildmaterial

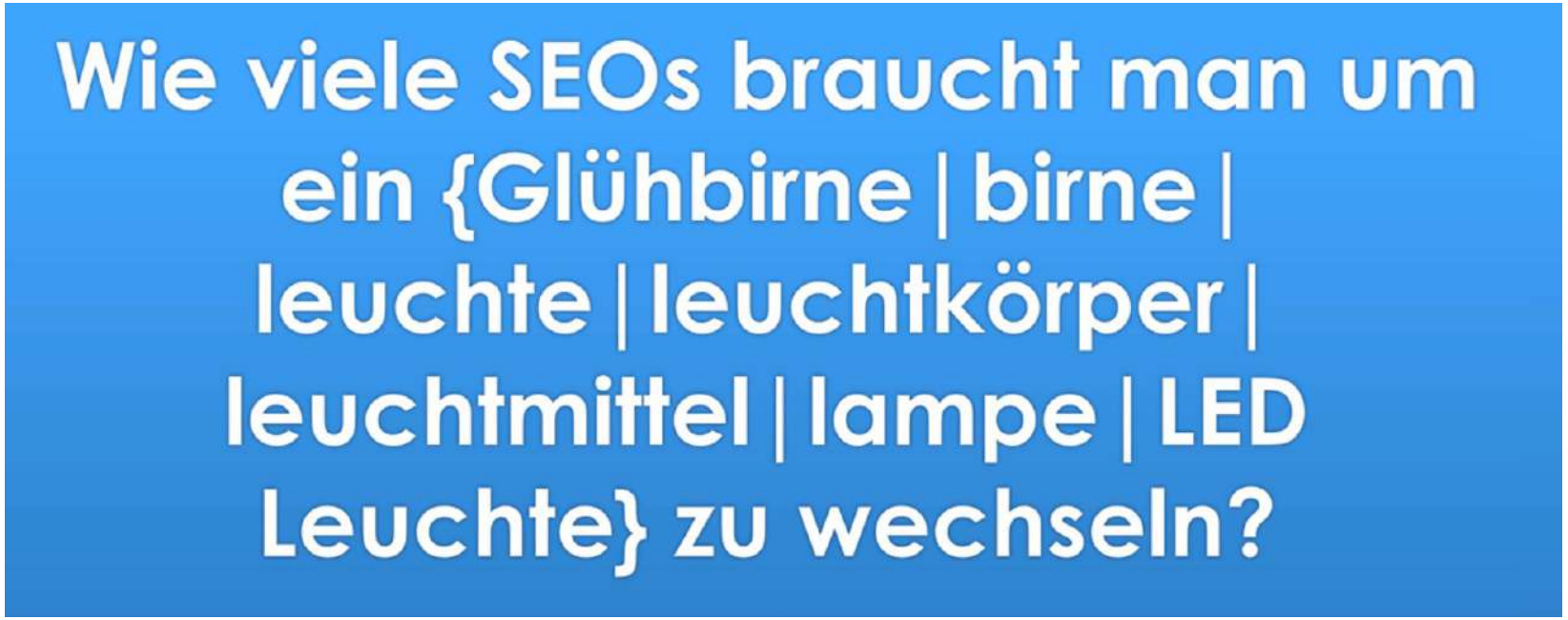
Wir kümmern uns ☺

Diese Präsentation stellen wir per Mail zur Verfügung, Sie brauchen nicht alles mitschreiben.
Dürfen Sie natürlich trotzdem ☺

Anforderungen an die digitale Sichtbarkeit

Nur die Kombination von Maßnahmen schafft eine hohe Sichtbarkeit

Etwas Humor zum Einstieg



Damit ist das heutige Thema fast schon erklärt ☺

Homepage des Unternehmens

- Technische Basis: Server und Standort
- (Responsives-) Webdesign und Layout
- Content und professionelle PR-Inhalte
- SEO-optimiert auf Angebot/Produkte/USP
- Social Media Netzwerke eingebunden
- Browser – und Mobile Darstellung kompatibel
- Inhalte aktuell halten + neue Inhalte (Blog)
- Regelmäßiges Monitoring / Testen
- Und vieles mehr…

Homepage des Unternehmens

- **OnPage-Optimierung**
  - Keywords (Auswahl, Platzierung, Verteilung)
  - Inhalt (viel, Mehrwert, aktuell, unique)
  - Links (interne Verweise und ausgehende Links)

- **OffPage-Optimierung**
  - Backlinks
  - Suchmaschinenwerbung
  - Social Media

SEO-Fail

So bitte auf keinen Fall!

„Wenn ihr unter **Sozialarbeit** gefunden werden möchtet, benutzt nicht einfach immer wieder das Wort **„Sozialarbeit“.** Auch nicht, wenn ihr hauptsächlich **Sozialarbeit** macht. Und auch noch eine wirklich gute **Sozialarbeit**, dazu eine günstige **Sozialarbeit** und eine **Sozialarbeit,** die auf eure Mitglieder und die Bürger eurer Gemeinde abgestimmt ist. Selbst dann nicht, wenn ihr **Sozialarbeit** liebt und lebt und die **Sozialarbeit** eurer Lebensinhalt ist“

Keywords finden und nutzen

Keywords (Schlagworte) festlegen und nutzen

- Verschiedene Varianten

Zoofachgeschäft, Tierhandlung, Haustierbedarf, Tiernahrung

- Spezialisierte Keywords

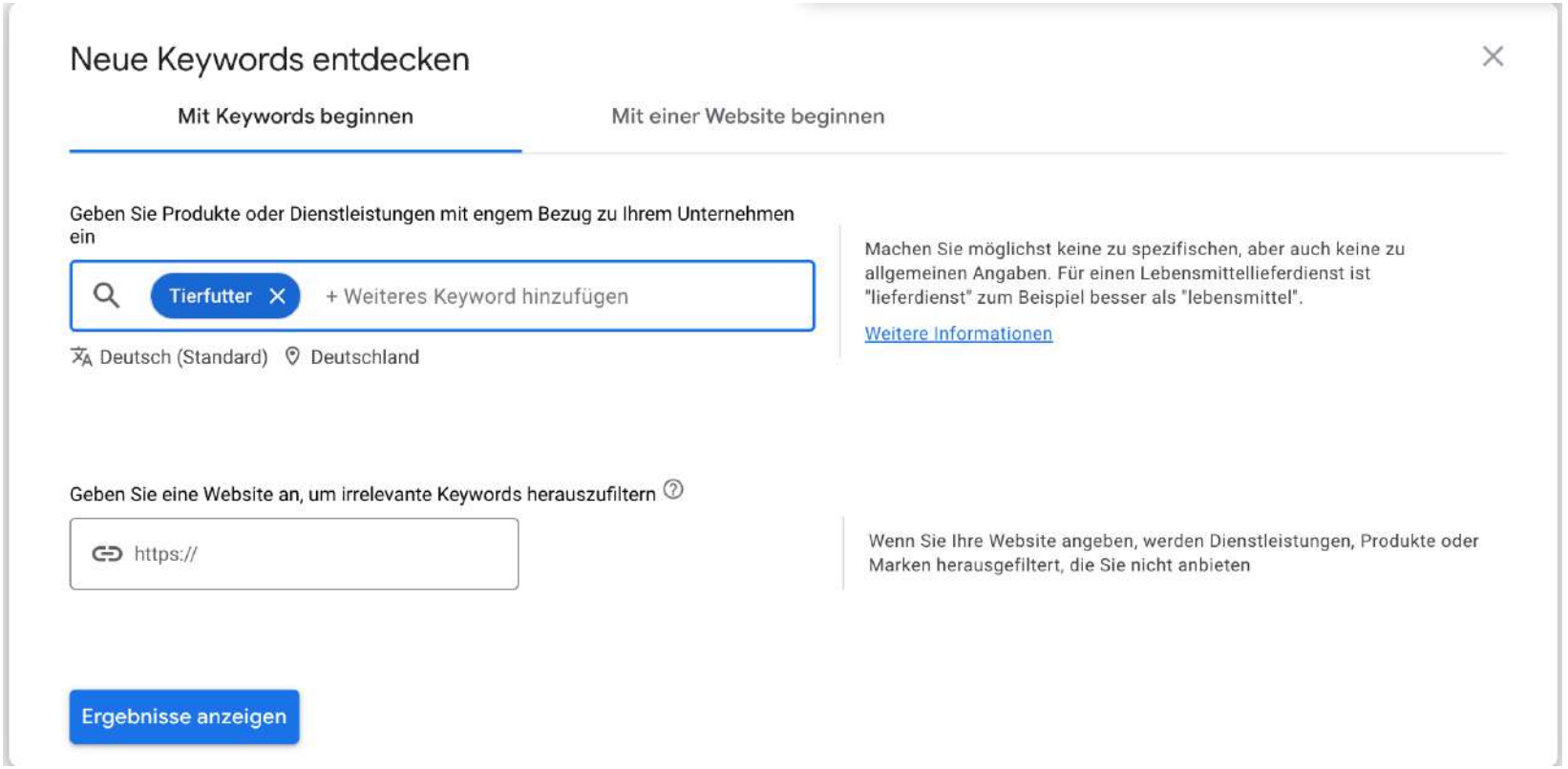
Online Tierbedarf, günstiges Haustierzubehör, Barf-Futter, Kratzbaum

- Lokale Suche

Tierhandlung Bochum, Tiernahrung im Ruhrgebiet

Google kennt viele Keywords und hilft

Keywords (Schlagworte) im Keyword-Planer finden



https://ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/

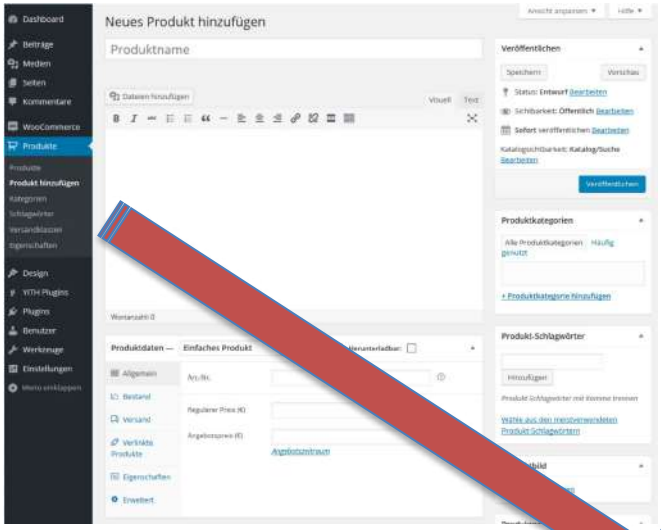
Google kennt neue Keywords zuerst

Keywords auswählen und für die Homepage nutzen

Nicht jugendfreie Vorschläge ausschließen | Filter hinzufügen | 619 Keyword-Ideen verfügbar

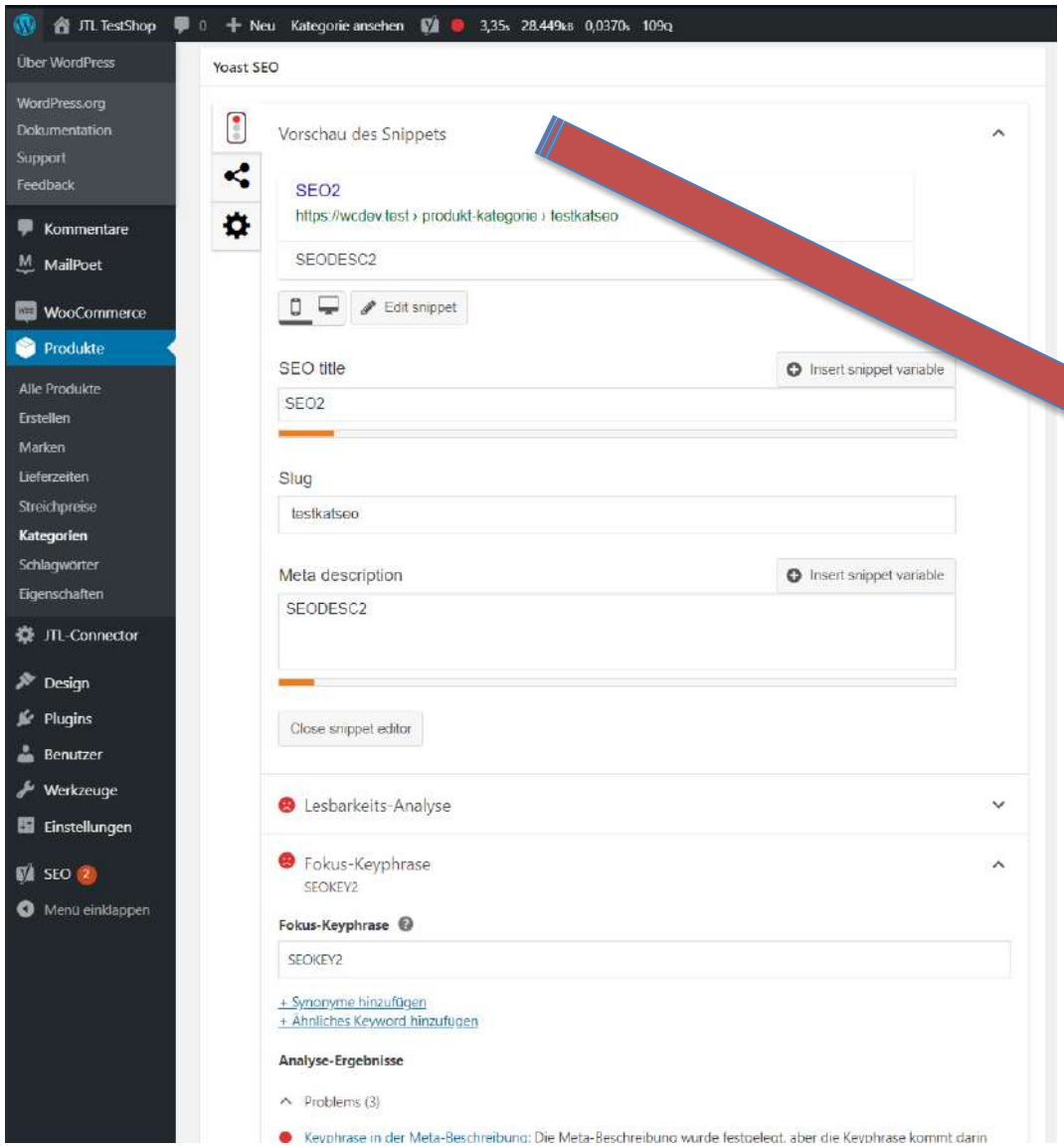
Keyword (nach Relevanz)	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Änderung über drei Monate	Änderung im Jahresvergleich	Wettbewerb	Anteil an möglichen Anzeigenimpressionen	Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)	Gebot für obere Positionen (oberer Bereich)
Von Ihnen eingegebene Begriffe							
tierfutter	8.100	0 %	0 %	Hoch	–	0,71 €	2,65 €
Keyword-Ideen							
tiernahrung	6.600	+22 %	+22 %	Mittel	–	0,74 €	2,95 €
tierbedarf online shop günstig	1.600	-19 %	0 %	Hoch	–	0,44 €	1,48 €
grau tiernahrung	1.000	0 %	-54 %	Hoch	–	0,43 €	5,58 €
tierfutter online	1.000	0 %	0 %	Hoch	–	0,83 €	2,90 €
tierbedarf onlineshop	1.000	+14 %	0 %	Hoch	–	0,38 €	1,43 €
tierbedarf online	390	-18 %	-33 %	Hoch	–	0,44 €	1,57 €
tiernahrung online	320	+23 %	+23 %	Hoch	–	0,81 €	2,38 €
anhaltiner tierfutter	320	+53 %	-33 %	Hoch	–	0,21 €	0,82 €
mars tierfutter marken	390	-88 %	+75 %	Mittel	–	–	–
mars tierfutter	260	-65 %	-18 %	Gering	–	1,06 €	3,06 €
tierfutter kaufen	260	-34 %	+24 %	Hoch	–	0,52 €	2,02 €
tierfutter onlineshop	170	+89 %	0 %	Hoch	–	0,71 €	2,41 €
tierfutter bestellen	170	-21 %	+22 %	Hoch	–	1,28 €	4,17 €
online tierbedarf	170	+21 %	+55 %	Hoch	–	0,43 €	1,56 €
macs tiernahrung	140	-21 %	-35 %	Hoch	–	0,33 €	0,88 €
tierfutter online bestellen	140	-76 %	-64 %	Hoch	–	1,15 €	3,42 €

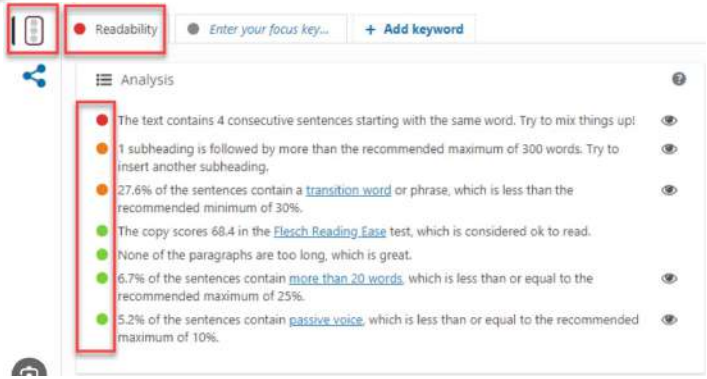
Keywords und Beschreibungen verwenden



Beispiel Wordpress mit Shop „WooCommerce“

Keywords und Beschreibungen verwenden





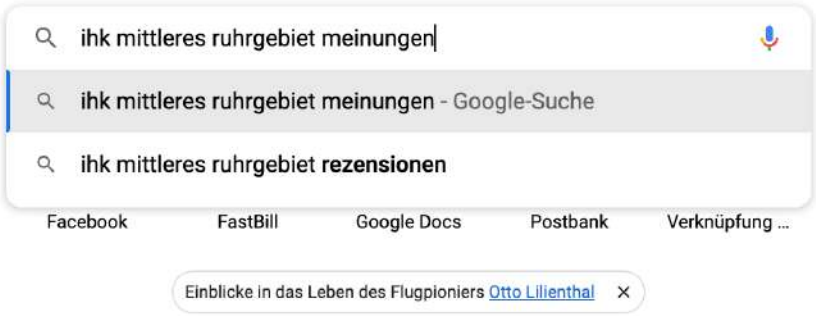
Bildquelle: https://yoast.com/

Beispiel Plug-in „Yost SEO“

Suche und Sichtbarkeit

https://www.meinefirma.de
https://www.meinefirma.de/produkte

Landingpages



- Gezielt auf häufige Keywords optimieren
- Regelmäßig um neue Keywords erweitern
- Sinnvoll mit Ads ergänzen

Bildquelle: eigener Screenshot Google Suche

Was suchen die Kunden?

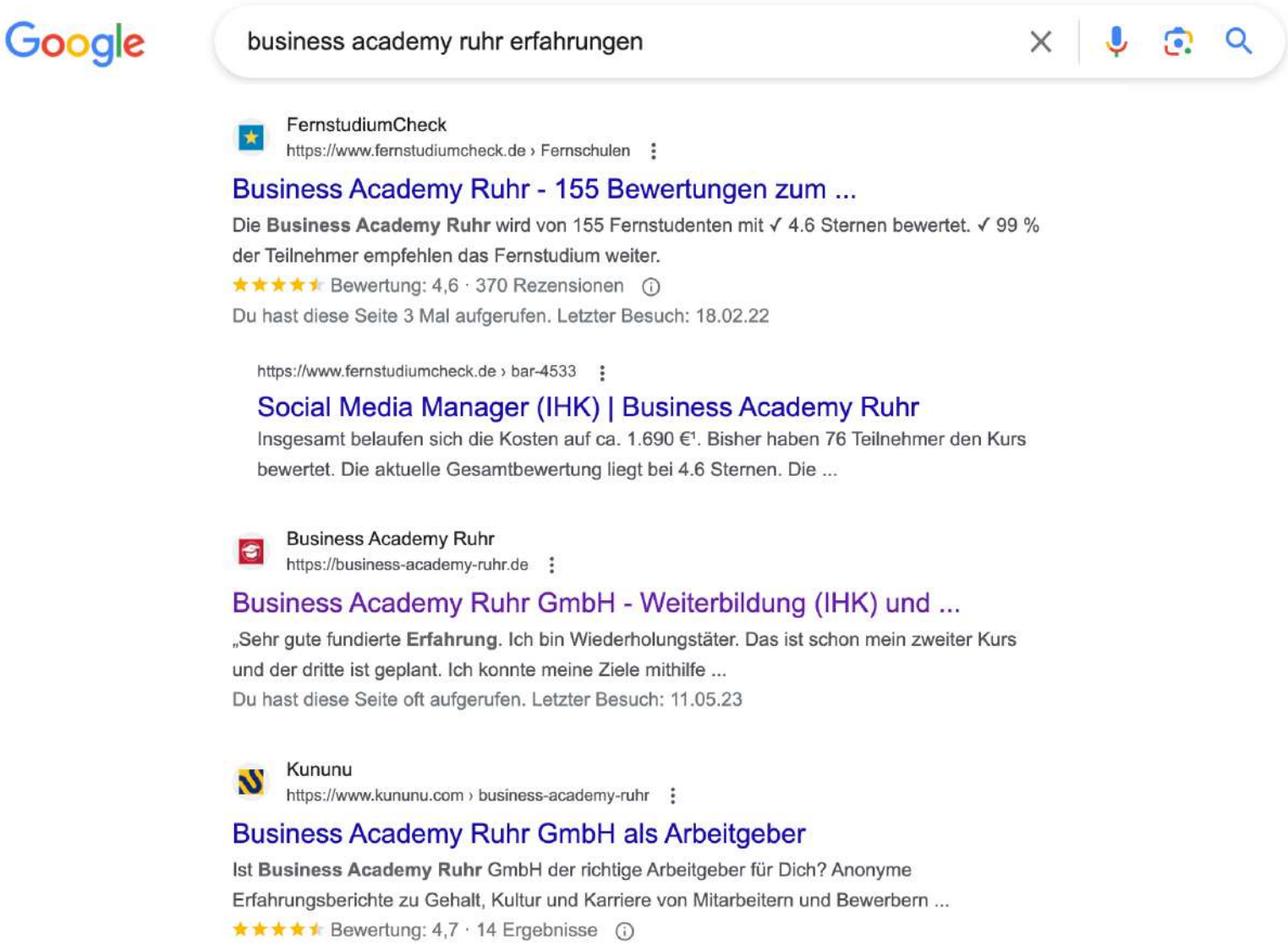
Desktop Keywords

Actions | Top100 | Country | 100 Keywords | Export as CSV | Search in keywords...

KEYWORD	POSITION	PAGE	
zertifikat abschluss	1	Weiterbildungen: Unterschied Zertifikat, zertifizier... https://business-academy-ruhr.de/unterschied-zertifikat-zerti...	3 weeks ago
"informationssicherheitsbeauftragter und datenschutzbeauftragter in einer	1	Datenschutzbeauftragter und IT-Sicherheitsbeauft... https://business-academy-ruhr.de/datenschutzbeauftragter-u...	3 weeks ago
instagram seo tipps	1	Instagram SEO - 5 Tipps zur Steigerung ihrer Auffi... https://business-academy-ruhr.de/instagram-seo/	3 weeks ago
business academy ruhr erfahrungen	1	Business Academy Ruhr GmbH - Weiterbildung (I... https://business-academy-ruhr.de/	3 weeks ago
digitalisierung handy	1	Das Handy im Alltag: Digitalisierung und Gesundh... https://business-academy-ruhr.de/handy-digitalisierung-ges...	3 weeks ago

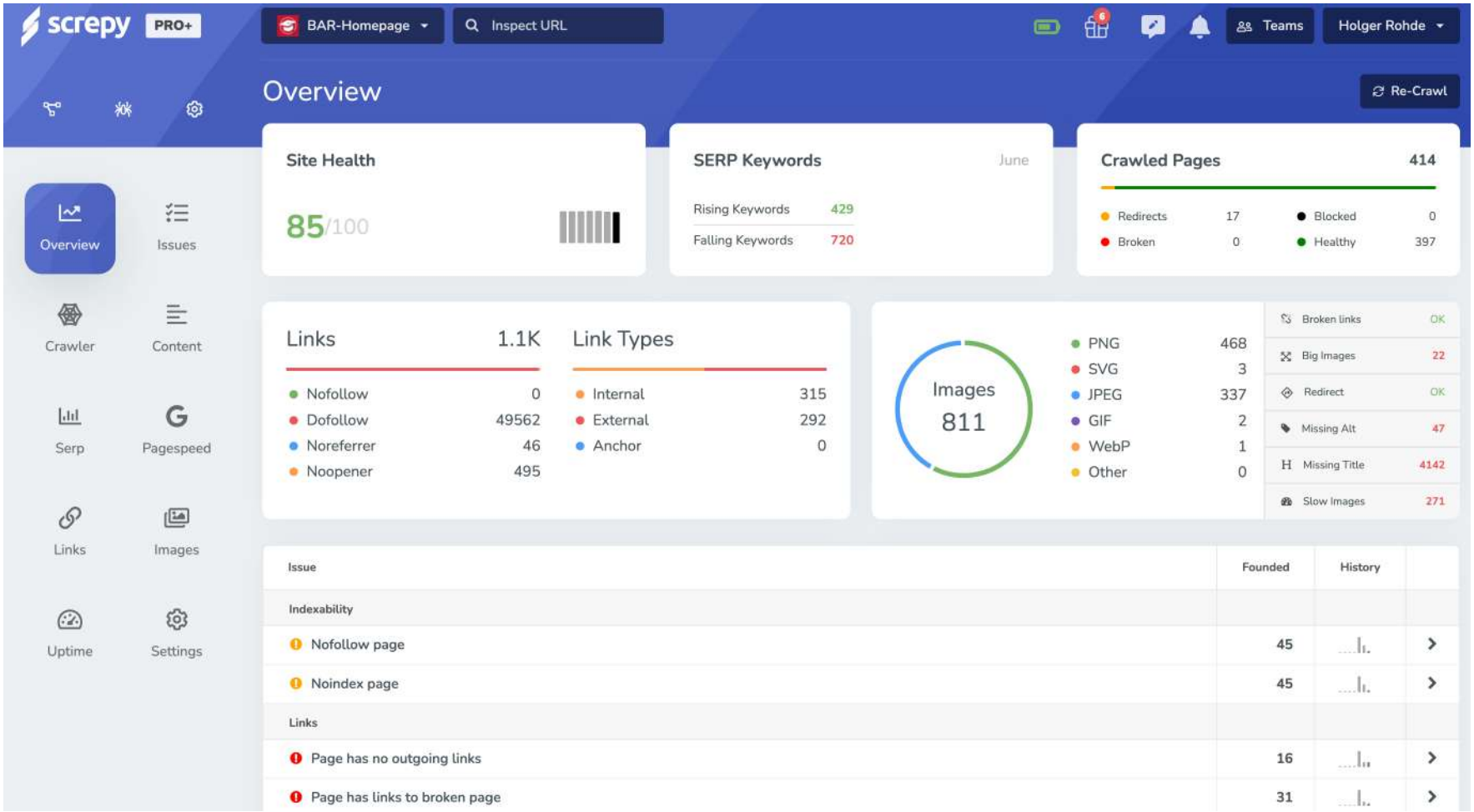
Bildquelle: eigener Screenshot Screpy SEO-Analyse

Ziel sollte eine gute Platzierung in der Suche sein



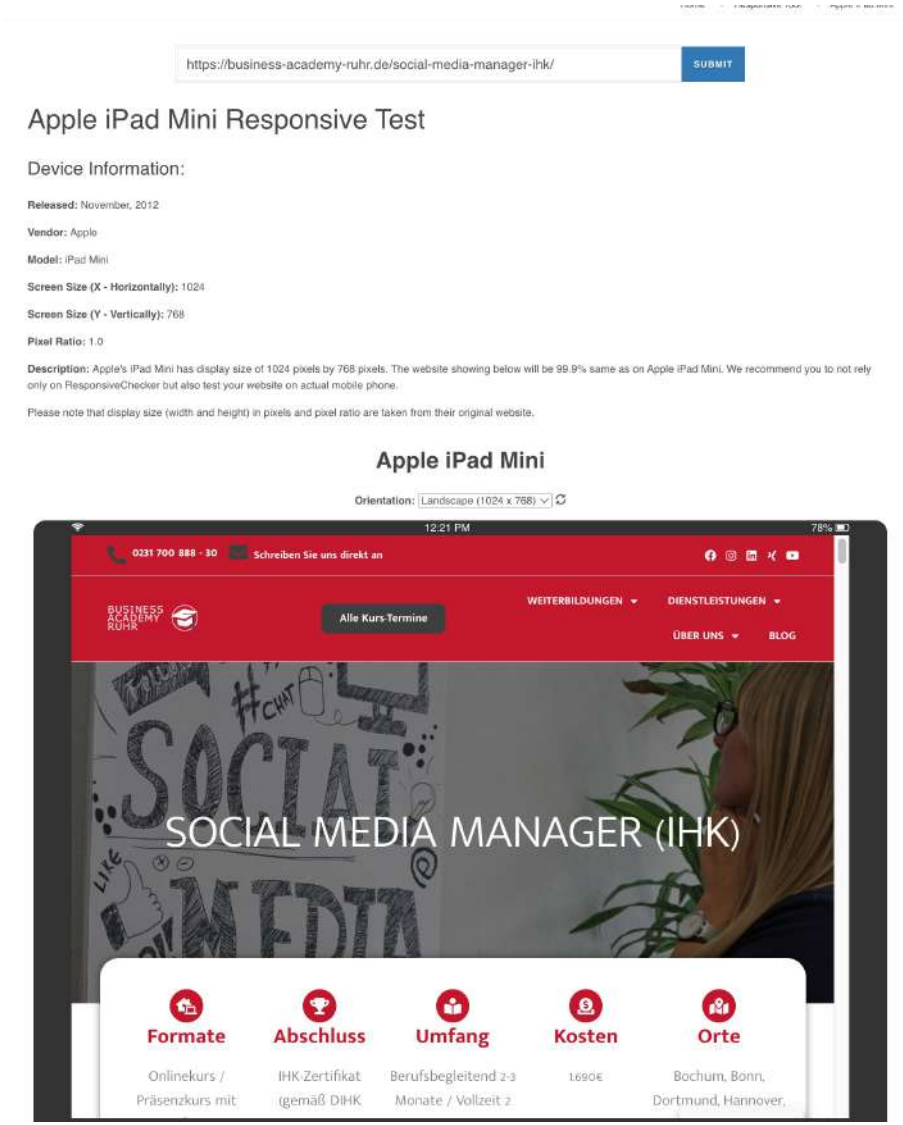
Bildquelle: eigener Screenshot Google Suche

Monitoring der Homepage mit Tools



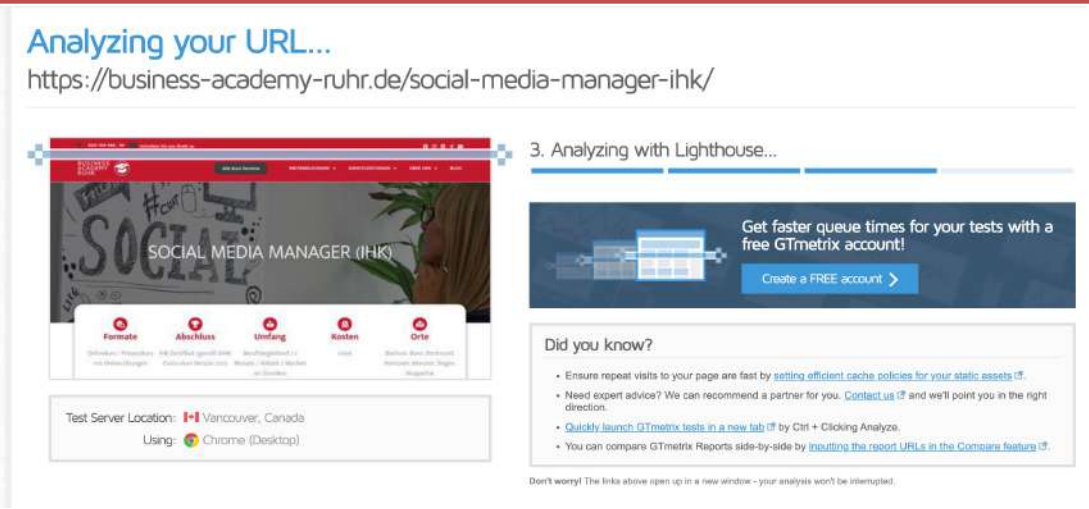
Bildquelle: Tool Screpy https://app.screpy.com/

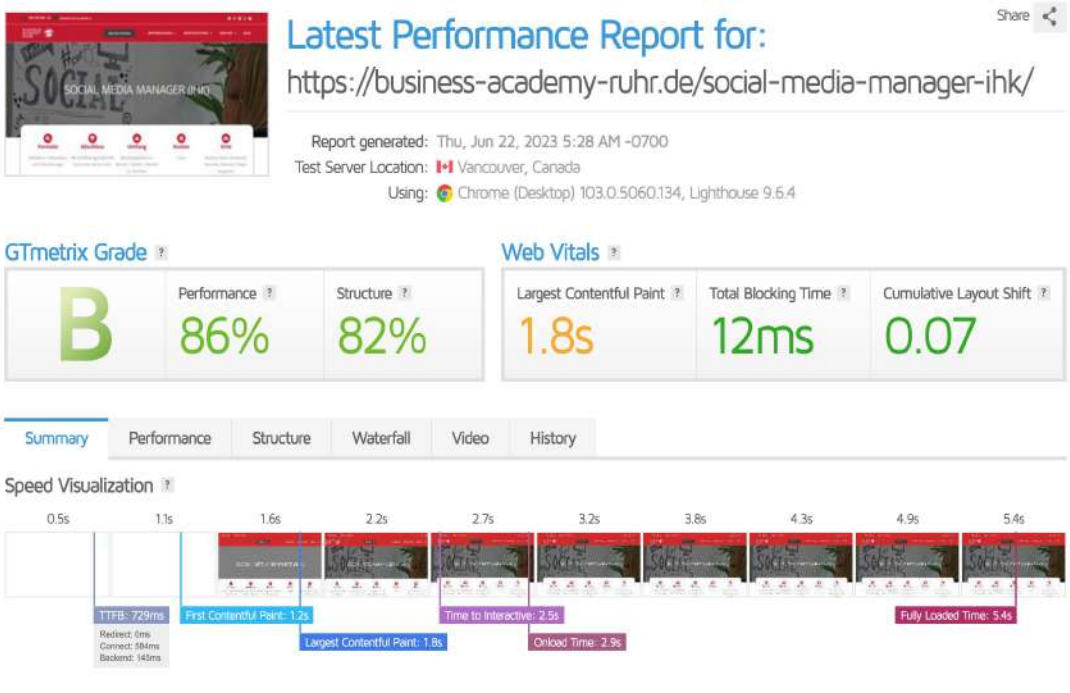
Responsive und Usability mit Tools testen



Bildquelle: Tool Responsive Checker https://responsivechecker.net/

Geschwindigkeit testen





Bildquelle: Tool GTmetrix https://gtmetrix.com/

Ranking testen

Google Rankings checken SEORCH

Keyword*

Social Media Manager IHK

URL (optional)

Device

Desktop

Google Version?

Germany

CHECK

Top 100 Rankings: Social Media Manager IHK | https://business-academy-ruhr.de/social-media-manager-ihk/

CSV XLS GDRIVE ZURÜCK

Rank	URL	Title	Hostname
1	https://www.ihk.de/duesseldorf/weiterbildung/zertifikatslehrgaenge/social-media-manager-ihk--3867886	Lehrgang Social-Media-Manager - IHK Düsseldorf	ihk.de
2	https://www.ihk.de/koeln/hauptnavigation/weiterbildung/zertifikatslehrgaenge/social-media-manager-4992620	Social Media Manager/in (IHK) - IHK Köln	ihk.de
3	https://www.ihk.de/osnabrueck/system/vst/11146547id=323148	Social Media Manager/-in (IHK) - Webinar - IHK Osnabrück	ihk.de
4	https://www.ihk.de/oldenburg/geschaeftsfelder/ausbildungweiterbildung/weiterbildung/welche-weiterbildung-wofuer-/lehrgaenge-fuer-berufliche-spezialisierungen/social-media-manager-3303098	Social Media Manager/in IHK - Oldenburgische IHK	ihk.de
5	https://ihk-weiterbildung.de/bildungsangebote/seminare-und-zertifikatslehrgaenge/marketing-und-social-media/ihk-zertifikatslehrgang/social-media-manager-ihk-online/	Social Media Manager | IHK Zentrum Heilbronn	ihk-weiterbildung.de
6	https://www.ihk-akademie.de/kurs/1193/	Social Media Manager/-in (IHK) - Kurs - IHK Akademie Bielefeld	ihk-akademie.de
7	https://www.ihk-akademie-muenchen.de/online-marketing/social-media-manager-ihk/	Social Media Manager/-in IHK - IHK Akademie München	ihk-akademie-muenchen.de
8	https://www.bildungszentrum-dresden.de/D60722	Social Media Manager (IHK) - IHK-Bildungszentrum Dresden	bildungszentrum-dresden.de
9	https://weiterbildung.ihk-trier.de/seminar/social-media-manager-in-ihk-live-online-3/	Social Media Manager/in (IHK) - Live Online - IHK Trier	weiterbildung.ihk-trier.de
10	https://www.ta.de/social-media-manager-ihk.html	Social Media Manager IHK in 2 Wochen - TA Bildungszentrum	ta.de
11	https://www.fernstudiumcheck.de/fernstudium/social-media-manager/ihk	Social Media Manager (IHK) Fernstudium: Alle Fernkurse	fernstudiumcheck.de
12	https://business-academy-ruhr.de/social-media-manager-ihk/	Social Media Manager (IHK) - Online-Weiterbildung	business-academy-ruhr.de
13	https://www.ihk-akademie-mittelfranken.de/w/6086	Social Media Manager/in (IHK) - IHK-Akademie Mittelfranken	ihk-akademie-mittelfranken.de
14	https://hkbis.de/kurs/social-media-manager-ihk/	Social Media Manager IHK | hkbis.de	hkbis.de
15	https://www.ibb.com/weiterbildung/social-media-manager-ihk	Weiterbildung Social Media Manager (IHK) - IBB	ibb.com
16	https://www.ihkdo-weiterbildung.de/weiterbildung/lehrgang/110485/social-media-manager-ihk-online-lehrgang	Social Media Manager (IHK) - Online Lehrgang - Dortmund ...	ihkdo-weiterbildung.de

Bildquelle: Tool SEORCH https://seorch.de/html/google-rank-checker.html

Blog des Unternehmens

- Digitale Basis von Inhalten/News/PR
- Vorlage für Social Media Inhalte (Blog-Post)
- Vorlage für Verlinkungen in Mails, Artikeln, Newslettern
- PR-Inhalte von Produkten/USP/Recruiting usw.
- Hohe Aktualität und bessere Sichtbarkeit
- Informationsquelle für Kunden, Mitarbeitende und im HR-Bereich
- Vermutlich bessere Sichtbarkeit in den Suchmaschinen
- Kann auch mit VLOGs und Podcast ergänzt werden
- Inhalte können auch extern erstellt bzw. zugekauft werden

Corporate-Blog des Unternehmens

Warum als Unternehmen bloggen?

- Unabhängigkeit von Social-Media-Plattformen und der Presse
- Direkte Kommunikation an die Zielgruppe ohne Werbung
- Image-, Status- und Reputationsaufbau
- Möglichkeit zum Employer Branding
- Beziehungsaufbau und –pflege mit Kunden und Mitarbeitern

Was macht einen guten Blog aus

Ein guter Unternehmensblog zahlt in die Kommunikationsstrategie ein, weil er

- **nutzerfreundlich** ist,
- eindeutige, verständliche **Kategorien** hat,
- **„Unique Content“** mit **Mehrwert** für den Leser / Kunden enthält,
- **Abwechslungsreich** und **authentisch** ist,
- Die **„Schaltzentrale“** des Unternehmens für die **Social-Media-Kanäle** ist,
- **regelmäßig** bespielt wird.

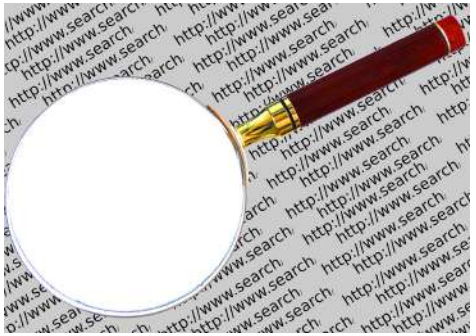
Blog-Redaktion und Planung

- **Themenplan**
  - Sammlung von Ideen und konkreten Inhalten
  - Agenda Setting (Themen setzen) oder Agenda Surfing (Themen aufnehmen)
  - Keine zeitliche Festlegung

- **Redaktionsplan**
  - Themenfestsetzung
  - Verantwortlichkeiten festlegen
  - Deadline für Produktion und Veröffentlichung
  - Berücksichtigung wichtiger Termine (Branchenevents, Jahrestage u.ä.)

Inhalte und Recherche

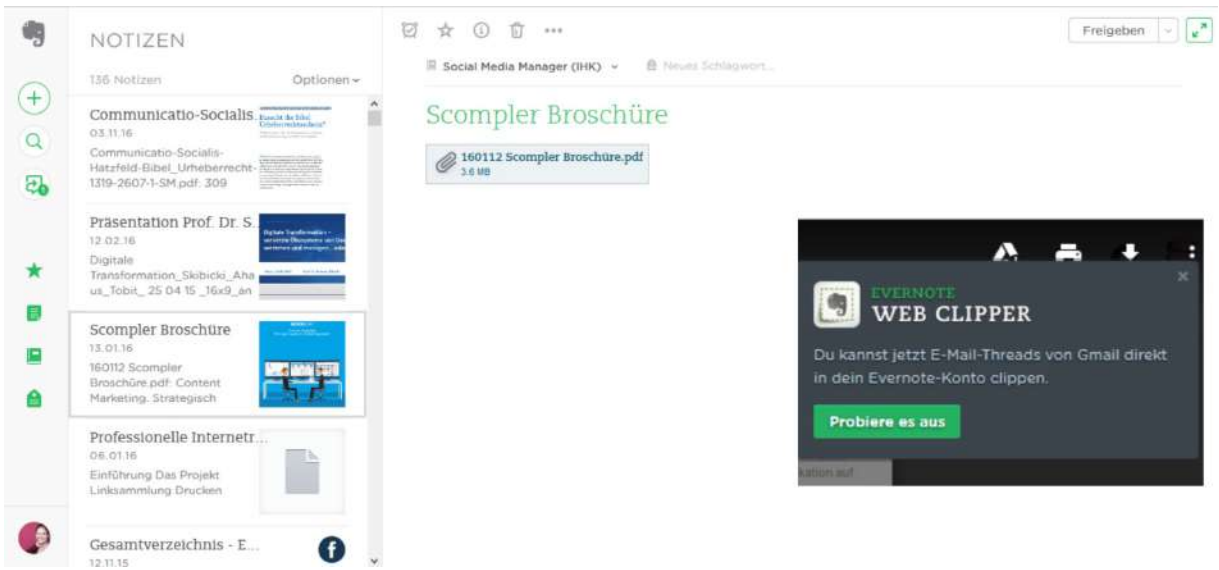
- Fragen der Leser/ Kunden berücksichtigen
- Fragestellungen und/oder Themen neu betrachten
- Tipp: Alle! Themenideen sammeln
- Themen durch kontinuierliche Beiträge besetzen
- Verschiedene Aspekte des gleichen Themas nutzen
- Hashtags und Schlagworte kontinuierlich bespielen
- Suchmaschinen (Google, Bing, Duckduckgo, etc.)
- Social Media Themen/Seiten/Foren
- Fachmedien
- Feedly, RSS-Feeds
- Google Alerts, Talkwater, Pocket für News
- Interne Kommunikation aufnehmen und umsetzen



Wissensmanagement: Themen sammeln und speichern

Tools, wie z.B.

- Pocket
- Evernote
- OneNote
- One Drive
- Google-Docs



Beispiel Öffentlichkeitsarbeit

Marie Huchthausen
21. Januar 2023 Weiterbildung

WAS ÄNDERT SICH 2023 IN DER WEITERBILDUNG ZUM SOCIAL MEDIA MANAGER (IHK)?

Die Weiterbildung **zur/m Social Media Manager*in (IHK)** hat sich als Basis für die unternehmerische Social-Media-Arbeit etabliert. Sie wurde bereits 2012 entwickelt. Seither haben sich zahlreiche Social-Media-Akteure damit (weiter)gebildet. Man kann sich jedoch vorstellen, dass gerade bei solchen Themen wie „Social Media" die Entwicklungen rasant sind. Wie kann es also funktionieren, dass eine Weiterbildung, die nach einem bundesweiten Curriculum umgesetzt wird, trotzdem aktuell bleibt? Hier sind zwei Stellschrauben wichtig: zum einen die Themen so aufzustellen, dass sie -per se- Aktualisierungen erlauben und zum anderen das Curriculum in regelmäßigen Abständen zu aktualisieren. Das ist 2022 (bereits zum zweiten Mal) erfolgt. Gemeinsam mit der **DIHK** haben wir die Weiterbildung auf den Prüfstand gestellt und an die Entwicklungen angepasst.

Bildquelle: Google My Business

Pause ☺

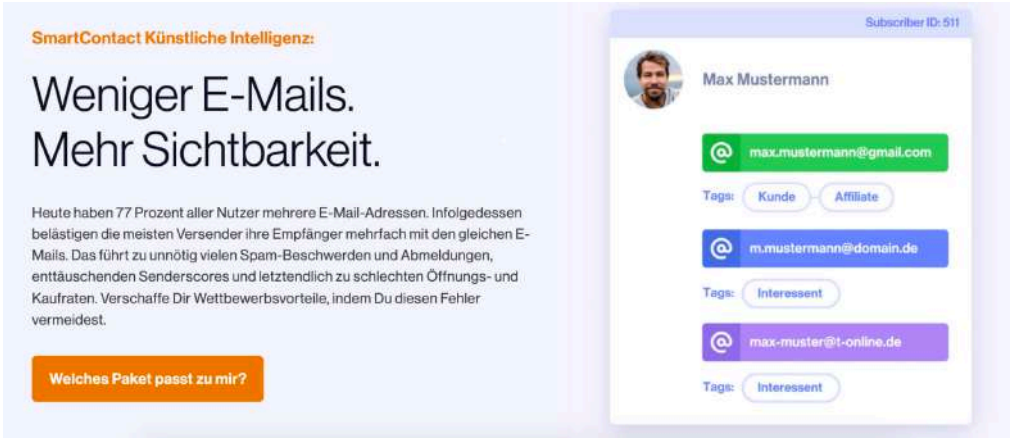
Bildquelle: Adobe Stockfoto

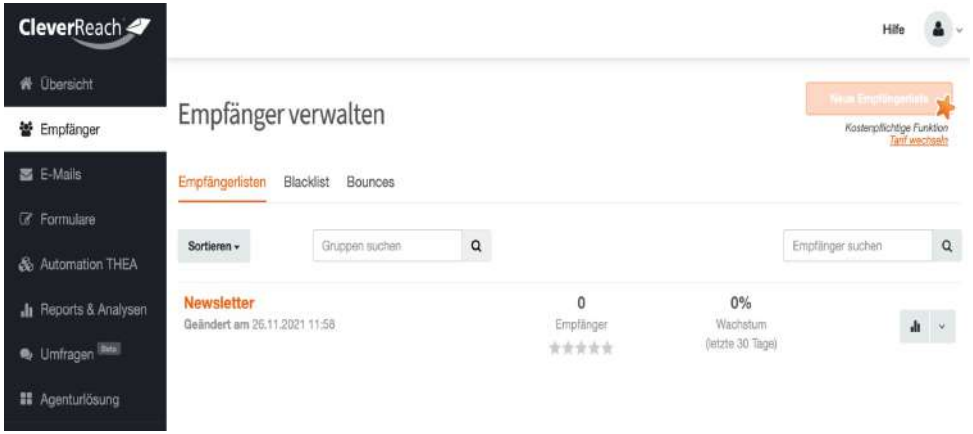
Newsletter des Unternehmens

- Versorgt gezielt mit Informationen und schafft Anreize
- Kann aus Blog-Beiträgen erstellt werden
- Erfordert eine Software für Newsletter, sonst Spam-Verdacht
- Direkte Verlinkungen auf Produkte/Shop usw. möglich
- Inhalte sollten nach Zielgruppen getrennt werden
- Datenbank mit Kunden-Segmenten und Zusage nötig
- Hohe Akzeptanz beim Kunden, wenn gute Inhalte
- Vergleichsweise geringer Aufwand statt Postversand
- Redaktionelle Inhalte können auch mit Werbung ergänzt sein

Anbieter für Newsletter-Tools (Auswahl)

- CleverReach
- Sendinblue
- Klicktipp
- GetResponse
- Mailchimp
- Rapidmail
- Und viele mehr…





Kriterien für Newsletter-Tools

Kriterien zur Auswahl

- Integration per API (mind. HTML) mit LeadGenerator-Software/Plugins
- Versand über einen sicheren (zertifizierten) Server
- Import und Export von Empfänger-Adressen
- rechtssichere Adressgenerierung und -verwaltung
- personalisierte Mails (Personalisierung)
- HTML- und Multipart-E-Mails
- Segmentierung aus der Datenbank heraus
- Zeitverzögertes Versenden bzw. planbarer Versand
- WYSIWYG-Editor bzw. Templates

Wichtig für die Planung von Newslettern

- Generierung **hochwertiger Adressen**
  über Homepage, Vertrieb, Marketing oder Social Media (Ads)
- **Hochwertige Inhalte anbieten**
  - Redaktionsplan, Textkonzept
- **Sonderaktionen** für Empfänger anbieten
- **Betreffzeile** entscheidet über Öffnungsrate
- Der **Zielgruppe** angepasste Sprache und Gestaltung
- Übersichtlichkeit (wichtiger als Länge)
- Frequenz richtet sich nach Zielgruppe und Content
- **Kontinutität** (wöchentlich, 14-tätgig usw.)
- **Abmeldelink** muss vorhanden sein
- Keine Angst vor Abmeldungen – Liste verbessert sich
- Monitoring schafft Klarheit

Rechtliches für die Planung von Newslettern

- Eintragung nur mit Double Opt-in
- Protokollierung der Einwilligung
- Datensparsamkeit der Empfänger beachten
- Einfaches Abbestellen per Link
- Vorsicht bei Newslettern an Bestandskunden: Neues Einverständnis erforderlich
- Bei Bildern/Videos: auf Nutzungsrechte achten
- Konkrete Preisangaben inkl. Lieferbedingungen (B2B, B2C)
- Impressumspflicht beachten!

Rechtliches für die Planung von Newslettern

- Eine erstmalige Werbemail mit der Bitte um Eintrag in den Newsletter ist ohne Genehmigung nicht erlaubt

- jeder Abonnent eines Newsletters muss den Eintrag seiner E-Mail-Adresse in die Verteilerliste zusätzlich noch in einem **zweiten Schritt** bestätigen.

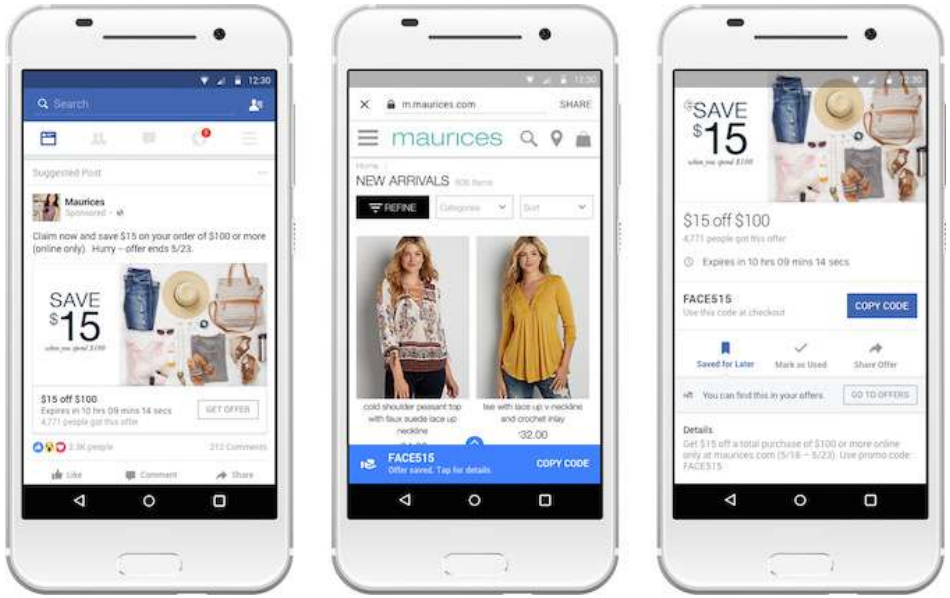
  → E-Mail an die angegebene Adresse, inklusive **Link** mit Bitte um Bestätigung Double Opt-in**-Verfahren**

Weitere Kriterien für Newsletter-Tools

- Auswertungs- und Analysemöglichkeiten (Tracking)
- Split-Testing (A/B-Testing)
- Anzahl Empfänger-Listen
- Anzahl an E-Mail-Adressen
- professionelles Bounce-Handling
- Standalone-Mailings, Newsletter und Follow Up Mails (Serienmails)
- Support und Kosten

Wichtig: DSGVO-Konform (europäische Anbieter oder Server, Auftragsverarbeitungserklärung AVV

Ausblick: Werbeanzeigen Schritt für Schritt lernen



Nächstes Thema:

Social Media Ads einrichten im Meta-Netzwerk

LIVE und Schritt für Schritt am 27.7.2023

Bildquelle: birdeye.com

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Business Academy Ruhr GmbH
Wallstraße 2· 44137 Dortmund
Tel: 02 31 / 700 888 30
Fax: haben wir nicht ☺
Mail: info@business-academy-ruhr.de
Web: www.business-academy-ruhr.de

facebook.com/Business.Academy.Ruhr

Business Academy Ruhr GmbH

@BARuhr

youtube.com/user/BusinessAcademyRuhr

flickr.com/photos/business-academy-ruhr

#BARuhr

Bildquelle: eigenes Bildmaterial

Wie hat es Ihnen gefallen?
Themenwünsche für Folgetermine? ☺