

Online Marketing Methoden

Im Zeitalter des Internets haben sich neben der technischen Entwicklung des World Wide Webs auch diverse Online Marketing Techniken durchgesetzt. So umfasst das Spektrum mit E-Mail-Marketing bis hin zu Search Engine Advertising (SEA) ein breites Portfolio an Techniken und Kooperationsmöglichkeiten.

In diesem Abschnitt dieser Dokumentation werden die gängigsten Methoden des Online Marketings beschrieben. Die im Folgenden dargelegten Verfahrensweisen dienen zur Optimierung der Wahrnehmung einer Webseite oder eines Social Network Profils seitens der Suchmaschinen und Menschen.

Social Media Marketing

Die Methoden des Social Media Marketings befassen sich mit Werbung und Vernetzung auf Basis von Social Networks und Social Media Kanälen. Durch effektive Nutzung dieser Disziplin können sich Vorteile ergeben, die zur Steigerung des Bekanntheitsgrades beitragen können. [1] Neben der Unterstützung der Kundenakquisition können auch Mittel zur Aufrechterhaltung der Kundenbeziehungen zum Vorteil des Geschäftserfolges eingesetzt werden.[2] Durch multimediale Kommunikationsmöglichkeiten gelingt es Inhalte zu publizieren und unverzüglich Rückmeldungen einzuholen. Um ein erfolgreiches Social Media Ergebnis erzielen zu können, gilt es diverse Aspekte zu betrachten und auf einer soliden Grundlage zu bauen. Die im Folgenden beschriebenen Techniken sind grundlegende Methoden, die im Social Media Marketing zum Einsatz kommen.

Social Media Konten

Abhängig davon, welcher Personenkreis angesprochen werden soll, können Konten auf verschiedenen Social Media Plattformen eröffnet werden. Während beispielsweise Facebook für den Kontakt zum Endkunden eher geeignet ist, kann Xing für den Informationsaustausch auf Business-Ebene eingesetzt werden.

Angaben über sich selbst

Beim Erstellen eines Profils ist es wichtig Informationen über sich selbst bekannt zu geben, damit eine gewisse Verlässlichkeit gegenüber dem Besucher gewährleistet werden kann. Des Weiteren können an dieser Stelle allgemeine Angaben über das eigene Tätigkeitsfeld bzw. Produkte bekanntgegeben werden, sodass erkenntlich wird, welchen Nährwert sich die Benutzer oder potentielle Follower aus der Seite entnehmen können. Referenzen auf die eigene Webseite, Blog oder ein anderes Social Media Profil helfen der Steigerung des Vernetzungsgrades. Zusätzlich kann durch diese Maßnahme den Interessenten ergänzende Informationen auf anderen Kanälen zur Verfügung gestellt werden, welches ebenso zur Steigerung der Besucherzahlen beiträgt.

Community

Da mit den veröffentlichten Inhalten die richtige Zielgruppe angesprochen werden muss, sollte großen Wert darauf gelegt werden, die Informationen gezielt zu publizieren und nicht in jeder Gruppe unabhängig vom Themengebiet einen Beitrag zu verfassen. Letzteres würde seitens der Benutzer als Spam aufgenommen. Um die Aufmerksamkeit der Community zu gewinnen, ist es wichtig zu verstehen, welche Probleme oder Interessen in dem Kreis existieren, um mit entsprechenden Lösungen und Beiträgen zu helfen und somit auf die eigene Seite aufmerksam zu machen. Dies kann man bewerkstelligen indem themenrelevante Gruppen oder Seiten innerhalb des Netzwerkes verfolgt und auf mögliche Anfragen oder inhaltlich passenden Beiträgen innerhalb oder außerhalb dieser Gruppen antwortet und auf eigene Quellen verweist.[3][4]

Search Engine Optimization

Das Themengebiet Search Engine Optimization (SEO) befasst sich primär mit den Maßnahmen zur Verbesserung der Positionierung der Webseite in den Suchmaschinenergebnissen. Die Aufgabe der Suchmaschinen ist es, den Anwendern relevante Ergebnisse in Hinsicht ihrer Anfrage zu liefern. Hierbei gilt neben dem inhaltlichen Aufbau der Webseiten auch der Vernetzungsgrad als ein wesentlich zu betrachtender Aspekt. Demnach werden mit On-Site- und Off-Site-Optimierung zwei Bereiche in der SEO-Disziplin betrachtet. Da die Maßnahmen auch Ansätze beinhalten, die zur Steigerung der Besucherzahlen beitragen, was ebenfalls eins der Ziele des Social Media Marketings ist, werden diese Bereiche auch an dieser Stelle betrachtet.

Die On-Site-Optimierung umfasst Maßnahmen, welche auf der zu optimierenden Webseite umgesetzt werden. Hierbei spielt der inhaltliche Aspekt eine wichtige Rolle. Die Themenrelevanz zwischen der Webseite und der auf dieser Seite veröffentlichten Artikel muss gewährleistet sein. Die Artikel müssen dem Besucher einen Nährwert bieten, um die Webseite ein weiteres Mal oder regelmäßig zu besuchen. Bei gegebener Aktualität und Relevanz, kann eine langlebige Bindung geschaffen und das Teilen dieser Artikel mit anderen Internetnutzern seitens der Besucher gefördert werden.

In der Off-Site-Optimierung hingegen werden Methoden ausgeübt, um die von außen einwirkenden Faktoren zu optimieren. Damit die Internetnutzer einen Besuch auf die Webseite gestatten, müssen sie auf die Inhalte der Webseite aufmerksam gemacht werden. Dies kann sowohl durch Artikelpublikationen oder Feeds auf Social Media Plattformen als auch über Berichte bzw. Verlinkungen auf zunächst völlig fremden Webseiten geschehen. Beide Vorgehensweisen verstärken gleichzeitig den Verlinkungsgrad und sorgen dafür, dass potentielle Besucher auf die Webseite weitergeleitet werden. Jedoch gilt wie bei der On-Site-Optimierung auch hier die Themenrelevanz im Fokus zu behalten, sodass sowohl die Quellseite (verlinkende Seite) als auch die Zielseite (eigene Webseite) über Inhalte aus dem gleichen Themengebiet berichten. Bei einer thematischen Abweichung würden die Besucher womöglich die Zielseite innerhalb kürzester Zeit wieder verlassen. Dieses Verhalten würde sowohl einen negativen Einfluss auf die Besuchszeitenstatistik der Webseite beitragen, was von Suchmaschinen als Qualitätsmerkmal angesehen wird, als auch im Auge des Besuchers dem Image der Webseite schaden.

Neben der Off-Site-Optimierung, um die Community auf eigene Inhalte aufmerksam zu machen, ist auch die On-Site-Optimierung ein wichtiges Werkzeug, um diese Community auf der Seite zu halten bzw. ihr Interesse zu gewinnen und somit eine Bindung an die Seite sicherzustellen. Daher müssen beide Methoden in Zusammenspiel funktionieren und in einem strategisch durchdachten Konzept

aufgesetzt werden.

From:

<https://gpm.wi-wiki.de/> - **Wirtschaftsinformatik Wiki - Kewee**

Permanent link:

<https://gpm.wi-wiki.de/doku.php?id=smm:methoden>

Last update: **2016/01/18 19:50**

