

Blog-Beiträge als SEO-Wunderwaffe

»Warum soll ich regelmäßig Blog-Beiträge auf meine Webseite stellen. Die liest doch ohnehin fast niemand?« Das fragen sich viele Trainer und Berater.

UND DAS ZURECHT! Denn wenn Ihre Webseite nicht häufig aufgesucht wird, dann liest in der Regel auch die neuen Blogbeiträge fast niemand – außer die Blog-Betreiber weisen ihre Zielkunden zum Beispiel in Mailings, LinkedIn-Posts oder anderen Social-Media-Kanälen auf diese hin.



Gastautor

Bernhard Kuntz

ist Inhaber der PRo-
filBerater GmbH.

www.die-profilberater.de

Mit Blog-Beiträgen zielführende Spuren im Netz hinterlassen

Trotzdem sollten Selbstständige bzw. persönliche Dienstleister wie zum Beispiel Berater, Coaches, Therapeuten gleich welcher Couleur regelmäßig neue Blog-Beiträge auf ihren Webseiten veröffentlichen – jedoch nicht zu Themen, die ihnen spontan gerade in den Kopf kommen, sondern solche, die sich um Begriffe drehen, bei denen sie möchten, dass ihre Webseite bei der Netzsuche auch gefunden wird.

Denn für jede Webseite gilt: Sie lässt sich nur auf eine begrenzte Zahl von Begriffen und Wortkombis optimieren.

Neben diesen Kernbegriffen, die in der Regel wie zum Beispiel »Steuer-, Personal- und Rechtsberatung« oder »Führungskräftetraining«, »Business-Coaching« und »Konfliktmoderation« stark umkämpft sind, gibt es jedoch stets zahlreiche Begriffe, die auch für das jeweilige Geschäftsfeld des Beraters oder Coaches relevant sind.

Und zwar weil sie die eigentlichen Anlässe ansprechen, warum sich beispielsweise Unternehmen für solche Berater-Leistungen wie Führungskräfte-Training oder Business-Coaching interessieren oder weil sie in der Diskussion um das Thema Unternehmens- und Personalführung zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Um bei solchen Begriffen (die man auch als Suchbegriffe der zweiten oder gar dritten Kategorie bezeichnen kann) im Netz gefunden zu werden, sind Blog-Beiträge ein fantastisches Instrument.

Die Website pushen

Hierfür ein konkretes Beispiel: Bei ihrer Arbeit als Managementberater und Vortragsredner stellte Barbara Liebermeister fest, dass in der Diskussion über das Thema »Führung im digitalen Zeitalter« bzw. »Führung im KI-Zeitalter« immer häufiger der Begriff Ambiguitätstoleranz fällt, ohne dass allen beteiligten Personen eigentlich klar ist, was er bedeutet. (Anm. der Redaktion: Ambiguitätstoleranz bedeutet die Fähigkeit Mehrdeutigkeit, Unsicherheit und widersprüchliche Informationen auszuhalten oder zu akzeptieren, ohne dabei Stress oder Unbehagen zu empfinden.)

Also beschloss sie: Ich schreibe für meine beiden Webseiten einen entsprechenden Blog-Beitrag. Gesagt (bzw. gedacht), getan! Danach bat sie uns, also ihre Marketing-Agentur, ihren Text so auf ihre Webseiten hochzuladen und zu verschlagworten, dass er gut im Netz gut gefunden. Also machten wir uns ans Werk, und nur eine Woche später, wird er im Netz vortrefflich gefunden.

Ziel: Die Blog-Beiträge stehen in der Google-Trefferliste auf Seite 1

Davon können Sie sich selbst überzeugen, wenn Sie bei Google u.a. folgende Wortkombis als Suchbegriffe eingeben:

- Ambiguitätstoleranz Vortragsredner,
- Ambiguitätstoleranz Beratung,
- Ambiguitätstoleranz Führungskräfte,
- Ambiguitätstoleranz Führung,
- Ambiguitätstoleranz Berater,
- Ambiguitätstoleranz Vortrag.

Dann werden Sie stets eine der beiden Webseiten von Frau Liebermeister auf der ersten Seite der Trefferliste finden – häufig sogar beide. Das heißt, Personen, die diese Wortkombis bei Google eingeben, stoßen stets auf sie sowie ihr Unternehmen.

Handlungsmaxime: Kleinvieh macht auch Mist!

Das werden bei solchen Wortkombis wie »Ambiguitätstoleranz Vortragsredner«, »... Beratung« und »... Führung« zwar nicht sehr viele sein, doch Kleinvieh macht bekanntlich ja auch Mist. Oder anders formuliert: Wenn Sie regelmäßig solche Blog-Beiträge schreiben und veröffentlichen, hinterlassen Sie immer mehr Spuren im Netz, über die Personen, die einen entsprechenden Bedarf haben, auf Ihre Webseite gelangen ... was Ihrem Business gewiss nicht schadet.

Zumal Sie mit Blog-Beiträgen, die auf solche Wortkombis wie »Ambiguitätstoleranz Vortragsredner« oder »... Beratung« optimiert sind, eine realistische Chance haben, in den Google-Trefferlisten auf Seite 1 zu stehen. Bei solch stark umkämpften Suchbegriffen wie Personal- und Steuerberatung sowie Führungskräfte-Training und Business-Coaching hingegen ist ein entsprechender Versuch bei fast allen Beratern – bzw. allgemein Selbstständigen – völlig aussichtslos, da ihre Webseiten hierfür zu »schmalbrüstig« sind.

Anders sieht es schon wieder bei solchen Wortkombis aus, die auf ein Gefunden-werden

- durch gewisse Personen- oder Unternehmensgruppen (wie zum Beispiel »Business-Coaching Handwerker« oder »Führungskräfte-Training Finanzdienstleister«) oder
- in einer bestimmten Region (wie zum Beispiel »Karriereberatung Darmstadt« oder »Personal-Training Rhein-Main-Gebiet«) abzielen.

Bei ihnen haben Einzel- bzw. Kleinunternehmer durchaus Chancen, dass ihre Webseiten bei Google-Suchabfragen, wenn nicht auf der ersten Seite, so doch auf den ersten Seiten der Trefferlisten landen. Also sollten Sie solche Wortkombis beim Optimieren Ihrer Webseiten für die Internetsuche sowie beim Schreiben und Verschlagnworten Ihrer Blog-Beiträge präferieren.

ChatGPT zum Schreiben der Blog-Beiträge nutzen

Und noch ein Hinweis: Zumindest die ersten Textentwürfe für Blog-Beiträge lassen sich in der Regel gut mit ChatGPT oder anderen KI-Tools erstellen. (Das erspart Zeit.) Diesen Entwürfen sollten Sie anschließend aber stets noch eine »individuelle Note« verleihen, bevor Sie sie in Ihren Blog bzw. auf Ihre Webseite hochladen.