

Print- und Online-Pressearbeit verknüpfen

Das Internet hat das Kaufentscheidungsverhalten der Kunden verändert. Deshalb wird es für die Unternehmen immer wichtiger, viele Spuren im World-wide-web zu hinterlassen. (Online-)Pressearbeit kann einen Beitrag hierzu leisten.

Wie machen die meisten Kunden heute, wenn sie einen Unterstützer mit speziellen Fähigkeiten benötigen und keinen kennen? Sie setzen sich an Ihren PC und geben bei Google & Co die entsprechende Suchbegriffe ein, um mögliche Unterstützer zu finden. Deshalb ist es für Unternehmen heute wichtig, im World-wide-web möglichst viele Spuren zu hinterlassen und so dafür zu sorgen, dass ihre potenziellen Kunden sie dort leicht finden.

Hierfür gibt es viele Wege. Sie können zum Beispiel Ihre Webseite auf die relevanten Suchbegriffe optimieren. Oder Sie können sogenannte Adwords-Anzeigen bei Google & Co schalten. Beides tun viele Unternehmen bereits. Noch nicht entdeckt haben die meisten für sich aber die Möglichkeiten, die ihnen die Online-PR zum Steigern ihrer Webpräsenz bietet. Und dies obwohl von Online-Veröffentlichungen oft – zumindest längerfristig – eine größere Werbewirksamkeit als von Veröffentlichungen in Printmedien ausgeht. Denn diese stehen dauerhaft im Netz. Also können potenzielle Kunden noch Jahre später auf sie stoßen.

Mit Online-PR die Webpräsenz steigern

Doch wie können Sie mit Hilfe von Online-PR Ihre Webpräsenz steigern? Hierfür gibt es im Wesentlichen zwei Wege.

Weg 1: Sie beziehen künftig die redaktionellen Online-Portale in Ihre Pressearbeit ein (siehe Liste). Für diese gilt: Faktisch ticken sie wie Printredaktionen. Das heißt, anders als von manch Unerfahrenem vermutet, publizieren sie nicht jeden Mist. Vielmehr prüft eine Redaktion vorab, ob das Thema für die Besucher des Portals interessant ist! Der einzige Unterschied:

Da diese Portale in der Regel täglich ihre Startseiten aktualisieren, können sie mehr Artikel als ein Wochen- oder Monatsmagazin publizieren.

Trotzdem sollte man beim Schreiben von Artikeln für Online-Portale ein, zwei Dinge beachten. So zum Beispiel, dass ein Ziel Ihrer PR-Aktivitäten im Online-Bereich ist, dass Ihre Artikel von Google & Co möglichst weit vorne angezeigt werden. Deshalb sollte der relevante Suchbegriff möglichst bereits in der ersten Textzeile stehen.

Weg 2: Wenn Sie bei Google & Co die Suchwort-Kombination „Pressemitteilungen kostenlos“ eingeben, stoßen Sie viele Webportale, auf denen jeder jederzeit kostenlos Pressemitteilungen veröffentlichen kann. Entsprechend sind diese Webportale: von PR-Müll übersät. Doch dies kann Ihnen egal sein. Denn Ihr Ziel ist es nicht, dass jemand Ihre Meldung auf dem PR-Portal selbst sieht und liest. Ihr Ziel ist es, dass Personen, die eine bestimmte Suchwort-Kombination bei Google & Co eingeben, auf Ihre Meldung stoßen. Und um dieses Ziel zu erreichen sind die auf diesen Portalen publizierten Meldungen ein tolles Instrument – zumindest bei Suchbegriffen, die nicht sehr stark umkämpft sind.

Weitere Vorzüge der Online-PR

Aus zwei weiteren Gründen sollten Sie künftig Zeit und Energie in die Online-PR investieren. Unter den in redaktionellen Online-Portalen publizierten Artikeln platzieren die Online-Redakteure in der Regel Links auf die Webseiten der Artikel-Verfasser. Und unter den Pressemitteilungen, die Sie in PR-Portale stellen, können Sie selbst einen Link platzieren.

Das heißt: Wenn Sie mit einer gewissen Regelmäßigkeit Online-PR betreiben, dann steigt die Zahl der Links auf Ihre Webseite kontinuierlich. Die Folge: Der Pagerank Ihrer Webseite steigt und diese wird bei entsprechenden Suchabfragen von Google & Co weiter vorne angezeigt.

Ein weiteres Plus ist: Angenommen von Ihnen sind bereits mehrere Artikel auf redaktionellen Online-Portalen erschienen. Dann werden diese auch in den Trefferlisten angezeigt, wenn eine Person Ihren Namen als Suchbegriff bei Google & Co eingibt. Die Folge: Bei dem potenziellen Kunden entsteht der Eindruck „Das scheint ein echter Experte für ... zu sein. Denn er hat schon mehrere Artikel zum Thema ... publiziert.“ Auch dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Person Sie kontaktiert.

Kontakt

Bernhard Kuntz

Inhaber
Autor



Die PRofilBerater GmbH
Eichbergstraße 1
D-64285 Darmstadt

Tel. +49 (0) 61 518 965 90
Fax +49 (0) 61 518 965 92

info@die-profilberater.de
www.die-profilberater.de