

Online-Marketing

Ab sofort mit
Public Relations
Neue Rubrik



BERATUNGSBRIEF VON TORSTEN SCHWARZ

AUSGABE 08/2010 – AUGUST

www.Online-Marketing-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe August 2010

Holen Sie sich Ihren Online-Marketing-Experten ins Haus

Mit dem Beratungsbrief von Dr. Torsten Schwarz

Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im
2-Monats-Abo



www.Online-Marketing-Experts.de

Online-Marketing

Ab sofort mit
Public Relations
Neue Rubrik



BERATUNGSBRIEF VON TORSTEN SCHWARZ

AUSGABE 08/2010 – AUGUST

www.Online-Marketing-Experts.de

Marketingtrend Online PR:

Mit Online-PR-Strategien direkt zum Kunden

Die Marketingbranche steht vor neuen Herausforderungen. Social Media, Blogs und Twitter verändern die Medienlandschaft. Sowohl das Informationsverhalten als auch das Kommunikationsverhalten hat sich grundlegend geändert. 67 Prozent aller Deutschen sind online und verbringen durchschnittlich mehr als zwei Stunden im Internet, um nach Informationen zu recherchieren, zu konsumieren oder soziale Kontakte zu pflegen (Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 2009).

Von Melanie Tamblé

Die neue Kommunikationskultur holt die Unternehmenskommunikation aus der Einbahnstraße und zwingt sie zu mehr Offenheit und Transparenz im direkten Dialog mit dem Endkunden. Statt plakativer Werbung sind ehrliche und sachliche Informationen gefragt. Dies ist die Stunde der Online-PR, denn Public Relations erlebt im Web 2.0 einen neuen Aufschwung als Marketinginstrument. Mit cleveren Online-PR-Strategien können Unternehmen eine bessere Reichweite in den Suchmaschinen erzielen und ihre Kunden und Interessenten direkt erreichen. Die Online-PR wird zum wichtigsten Marketingtrend im Internet.

Marketingkommunikation im Wandel

Das World Wide Web überholte 2009 erstmals die Printmedien als wichtigste Informationsquelle. Es tummelten sich knapp 50 Prozent mehr Nutzer zur Informationsrecherche im World Wide Web als noch 2004 (Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach). Die veränderte Mediennutzung hat auch Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation. Den neuen Online-Kommunikationsmedien kommt 2010 erstmals mehr Bedeutung für den Unternehmenserfolg zu als anderen Werbeinstrumenten. 88 Prozent der deutschen Unternehmen stufen die Online-Kommunikation wichtiger ein als klassische Werbemittel (Quelle: Index Expertenbefragung).

Die Trendwende in der Mediennutzung stellt auch neue Anforderungen an die kommunizierten Inhalte. Die emanzipierten Medienmenschen sind es leid, ständig von plumpen Werbebotschaften unterbro-

Fortsetzung auf Seite 3

INHALT

- **TOPTHEMA**
Marketingtrend Online PR: Mit Online-PR-Strategien direkt zum Kunden Seite 1
- **AKTUELL**
dmexco 2010: Die führenden Köpfe der Branche Seite 2
- **TRENDS**
Eye Tracking in E-Mails: Was die Augen verraten und wie man es nutzen kann Seite 4
- **PRAXIS**
Bei relevanter Online-Werbung macht es Klick: Relevanz ist das Zauberwort für Deutsche Seite 6
- **PRAXIS**
Barceló: Suchmaschinenmarketing weltweit genutzt Seite 7
- **PRAXIS**
Continental: Sponsoring der Sport-Community im Internet Seite 8
- **TECHNIK**
Page-Rank: Gewichtung nach Google-Gründer benannt Seite 9
- **TECHNIK**
Hosting: Rund um die Uhr versorgt Seite 9
- **RECHT**
Die Pflicht im E-Mail-Newsletter: Preisangaben müssen komplett angegeben werden Seite 10
- **RECHT**
Stefan Berns – Der Twitter-Profi Seite 12



Fortsetzung von Seite 1

chen und gestört zu werden. Stattdessen suchen sie im Internet nach Antworten auf ihre Fragen und nach Lösungen für ihre Probleme.

Mit interessanten PR-Beiträgen bei Suchmaschinen und Kunden punkten

Der wichtigste Weg zu Kunden im Internet sind die Suchmaschinen. Fast alle Internet-User nutzen die Suchmaschinen, um nach Informationen oder nach Produkten zu recherchieren. Die Recherche erfolgt mithilfe von Suchbegriffen (Keywords). Um relevante Suchergebnisse aufzulisten, durchsuchen die Suchmaschinenrobots das Internet regelmäßig nach neuen Inhalten zu bestimmten Schlagworten.

Suchmaschinen lieben Text. Pressemitteilungen und Fachbeiträge liefern „gutes Futter“ für die Suchmaschinen und können daher zu effektiven Marketinginstrumenten im Internet ausgestaltet werden. Die klassische Pressemitteilung wandelt sich zur Kundenmitteilung. Veröffentlichte Presstexte im Internet richten sich nicht mehr nur an Journalisten und Redakteure, sondern werden zu einem wichtigen Instrument der Neukundengewinnung. Mit kurzen und interessanten Mitteilungen zu neuen Angeboten und Problemlösungen sowie mit Fachbeiträgen, die Antworten auf wichtige Kundenfragen geben, können Unternehmen in der Öffentlichkeit punkten.

PR-, SEO- und Marketingwissen als Erfolgssymbiose

Die Unternehmenskommunikation findet in der Online-PR ein neues Kommunikationsinstrument, das schnell, effizient und messbar ist. Hinter Online-PR steckt jedoch mehr als nur Inhalte und Mitteilungen. Online-PR-Strategien können einen wichtigen Beitrag leisten, um die Online-Präsenz und die Reichweite zu erhöhen und das Ranking in den Suchmaschinen zu verbessern. So zählt oft nicht die ausgeklügelte journalistische Arbeit allein, sondern vielmehr das Wissen um Keyword-Relevanz, Keyword-Dichte und Link Building. Diesen Mix aus redaktioneller Arbeit und SEO-Wissen können sich Unternehmen sehr gut zunutze machen. Die Kombination aus Marketingwissen und SEO-Techniken verhilft Unternehmen zu einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit und zu einer konstanten Neukundengewinnung im Internet.

Veröffentlichung von PR-Texten

Für die Veröffentlichung von PR-Texten und Pressemitteilungen im Internet eignen sich vor allem Presseportale.

Es gibt inzwischen eine große Anzahl von Presseportalen und Artikelverzeichnissen, über die Pressemitteilungen im Internet direkt veröffentlicht werden können. Viele davon bieten ihre Dienste sogar kostenlos an.

Über die Suchmaschinen erreichen die Pressemitteilungen auf den Presseportalen sowohl Medienkontakte als auch potenzielle Kunden und Interessenten. Die Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Presseportalen ist vor allem für Unternehmen mit schmalen Marketingbudgets eine effiziente und kostengünstige Methode, um mehr Medienpräsenz und Reichweite im Internet zu erzielen. Je mehr Presseportale die Pressemitteilung publizieren, desto höher ist die Anzahl der Veröffentlichungen und damit auch die Chance, im Internet gefunden zu werden.

Zur Autorin: Melanie Tamblé

ist Online-Marketingexpertin und Mitgründerin der ADENION GmbH. Die ADENION GmbH entwickelt seit 2000 Online-Dienste und -Portale für Online-Marketing und -Vertrieb. Der Online-Dienst PR-Gateway bietet eine zentrale Verwaltung und Übermittlung von Pressemitteilungen an Presseportale und News-Dienste im Internet. Die Pressemitteilungen werden nur einmal erfasst und per Klick parallel an die jeweiligen Portale übermittelt.

CHECKLISTE

Überblick über die neuen Online-Kommunikationsmedien:

- Blogs
- E-Books
- E-Newsletter
- Microbloggingdienste
- Podcasts
- RSS-Feeds
- Social Communities
- Social Media News Releases
- Webinars
- Whitepapers

IMPRESSUM

Online-Marketing-Experts ist ein Experten-Dienst mit einem monatlichen PDF-Beratungsbrief und einem Themenportal. Jährliche Bezugs- und Nutzungsgebühr 169.- Euro zzgl. gesetzlicher MwSt. Bestellungen ausschließlich über das Internetportal.

Herausgeber und Redaktion:

Dr. Torsten Schwarz
Melanchthonstraße 5, D-68753 Waghäusel
Tel. 0 72 54 / 9 57 73-0
Fax 0 72 54 / 9 57 73-90
E-Mail: schwarz@absolit.de

schimmel
media
VERLAG
GmbH & Co KG

Verlag:

Schimmel Media Verlag GmbH & Co. KG,
Kantstraße 38,
D-97074 Würzburg,
Geschäftsführer: Martina Schimmel,
Gudrun Schimmel-Wanner,
Ingo Schloo.

Abonnenten-Service:

Tel. 09 31 / 35 98 110,
Fax 09 31 / 35 98 111
abo@schimmel-media.de

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Verarbeitung, Mikroverfilmung und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.