

Google-News: PR-Motor für Shopbetreiber

☒ Jeder Shopbetreiber weiß, wie wichtig die Google-Platzierung für seine Umsätze sind. Suchmaschinenoptimierung und -anzeigen sind häufig eingesetzte Mittel, um ein möglichst großes Stück vom Kuchen abzubekommen.

Doch lässt sich nicht auch der Google-Newsdienst für Shopbetreiber nutzen? Welche (seriösen!) Möglichkeiten gibt es, um auch hier gut gefunden zu werden? Karsten Büttner, PR-Berater, Autor und Betreiber der Plattform **Online-Marketing-Praxis** gibt wichtige Hinweise hierzu, die wir im shopbetreiber-blog.de zusammen gestellt haben.

Für gewöhnlich werden Pressemitteilungen via eigener Presseverteiler und Nachrichtendienste versendet. Über den klassischen Kanal hinaus lässt sich die Reichweite und Aufmerksamkeit für Ihre Mitteilung aber erheblich ausbauen, indem Sie PR-Taktik und Suchmaschinenoptimierung miteinander kombinieren.

Pressearbeit oder präziser: kontinuierliche Medienarbeit ist eine gute Möglichkeit, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Vertrauen aufzubauen.

Eine einzelne Pressemitteilung dagegen kann nur kurzfristig für Aufmerksamkeit sorgen. Der Grund: eine Mitteilung wird über einen Verteiler ausgesandt und die Empfänger entscheiden, ob sie die Mitteilung in den nächsten Tagen oder Wochen nutzen wollen. Ist die Mitteilung nicht unmittelbar relevant, wird sie gelöscht.

Über die eigene Website mag die Pressemeldung dann noch verfügbar sein, sie erzielt aber nur eine begrenzte Reichweite.

Reichweite und zeitliche Verfügbarkeit einer einzelnen Pressemitteilung lassen sich jedoch mit Suchmaschinenoptimierung noch verbessern. Das Ziel: eine dauerhafte Findbarkeit eines relevanten Presstextes, um die Bekanntheit des eigenen Unternehmens zu steigern.

Google Newsalert

*Seit Juli 2003 durchforstet die Suchmaschine Google über 700 Nachrichtenquellen in deutscher Sprache nach Berichtenswertem. Neben den auf der **Newsseite von Google** rund um die Uhr aktualisierten Nachrichten gibt es mit Newsalert einen kostenlosen E-Mail-Service, der Interessenten zu einem bestimmten Thema benachrichtigt.*

Dabei geben Sie einen oder mehrere Schlüsselbegriffe an, über die Sie informiert werden wollen. Das können bestimmte Themen, Firmen oder Marken sein. Wann immer der oder die gewünschten Begriffe in einer Publikation erscheinen, erhalten Sie vom Google-Newsdienst eine automatische Benachrichtigung. Damit haben Sie die Möglichkeit, beliebig viele für Sie relevante Themen automatisch zu überwachen ein überaus nützliches Tool zur Marktbeobachtung und Erfolgskontrolle.

Manchmal dauert es nur wenige Minuten bis eine Meldung, die über einen Pressedienst lanciert wurde, auch über Google News verfügbar ist. Der Vorteil des Newsdienstes ist zum einen seine Schnelligkeit, zum anderen, dass er kostenfrei ist.

Der Google-Newsdienst als Motor für Ihre PR

Ein Newsdienst wie der von Google ist oft Startpunkt für Journalisten. Denn während die über Suchmaschinen gefundenen Artikel schon einmal drei oder vier Wochen brauchen, um indiziert zu werden, sind die Pressemeldungen in unvergleichbar kurzer Zeit auf den Newsseiten sichtbar. Dort bleiben die Hinweise auf die Artikel 30 Tage erhalten. So die offizielle Version.

Suchmaschinen-Experten wie der Amerikaner Danny Sullivan von SearchEngineWatch.com haben allerdings herausgefunden, dass etliche der Presseveröffentlichungen in den Google-Suchmaschinenindex überführt werden.

Wenn also ein Link auf einen Presseartikel in den GoogleSuchergebnissen erscheint, so ist diese Mitteilung ganz offensichtlich aus dem Newsdienst in den Google-Index gewandert.

Wie können Sie den Newsdienst von Google nutzen?

Es gibt keine Möglichkeit, direkt Nachrichten in den Google Newsdienst einzuspielen. Der Newsdienst ist mehr ein Meta-Pressedienst, der unterschiedliche Nachrichtenquellen automatisch durchforstet. Keine Redaktion, nur Googles bewährte Suchmaschinen-Algorithmen kommen zum Einsatz, um die Nachrichten auszuwählen.

Und das ist der entscheidende Hinweis! Weder Geld noch andere Bestechungsversuche, nur eine wirklich relevante Mitteilung finden Gnade vor dem Suchagenten. Das heißt: Sie müssen so schreiben, dass der Google-Newsdienst Ihre Mitteilung auch für wert befundet. Ihre Pressemitteilung können Sie dann über eine Presseagentur oder direkt über einen Pressedienst einstellen. Und hier findet der Google Newsdienst Ihre Mitteilung.

Suchwortorientierte Öffentlichkeitsarbeit

Wer eine stärkere Reichweite seiner Pressemitteilung haben möchte, wird künftig stärker auf Suchworte (Keywords) achten müssen. Mehr noch: Der gesamte Aufbau der Öffentlichkeitsarbeit wird von Suchmaschinenoptimierung mitbestimmt werden. So macht es Sinn, auch in Interviews in zentralen Aussagen gewisse Keywords unterzubringen.

Werfen Sie zum Thema auch einen Blick auf die **Liste kostenfreier Presseportale und Artikelverzeichnisse**.