SMO mit Gina Lisa?

Noch nie etwas vom neuen Guerilla-Marketing-Trend Social Media Optimization (kurz: SMO) gehört? Mitgemacht haben Sie bestimmt schon, auch wenn Sie es nicht gemerkt haben. Es geht darum, Blogartikel, Webvideos oder Internetinhalte aller Art im Netz an möglichst vielen Stellen zu verbreiten, um Traffic und vor allem Backlinks auf seine Seite zu bekommen.

Soweit nichts neues, denken Sie? Wo ist der Kniff?

Der Trick besteht darin, durch ein reißerisches Thema (am besten mit knackiger Überschrift) die Aufmerksamkeit der Leser zu gewinnen. Der Wahrheitsgehalt bzw. die Qualität des Beitrags scheint dabei oftmals zunächst keine Rolle zu spielen, wie folgende zwei Beispiele zeigen

"Sex-Video mit Gina-Lisa aufgetaucht"

Hier hat sich das Blog "Blogschrott" an einem Beitrag mit dem Titel "Sex-Video mit Gina-Lisa aufgetaucht" versucht und damit laut eigener Aussage zumindest aus Sicht der Besucherzahlen Erfolg gehabt:

> *Die Aktion hat mir in einem Zeitraum von 3 Tagen ca. 15.000 Besucher beschert.*

Verdient hat der Blogger an der Aktion vor allem über die Schaltung von Google-Werbung. Wie man sich sicherlich vorstellen kann, wird der neue Trend kontrovers diskutiert. Hier ein Auszug von Beiträgen:

> *120 Euro dadurch, Falschmeldungen zu verbreiten?*
>
> *War das eine herrliche Keywordhascherei! Wahnsinn… wir warten auf den nächsten Trend!*
>
> *Du hast 15k Besucher reinbekommen? Alle Achtung, Yannick!*

Merkwürdiges Interview zum Thema SEO

Das zweite Beispiel zeigt eine andere (bewußte oder unbewußte) Variation der SMO-Wirkung: Ein aktuelles Interview vom Chefredakteur der Sueddeutschen Zeitung, indem er sich ausgiebig über das Thema Suchmaschinenoptimierung (SEO) auslässt, hat in der deutschen Blogosphere einiges an Aufsehen erregt.

Auch wenn der ursprüngliche Beitrag der Zeitung Horizont gar nicht öffentlich im Internet lesbar ist, wurde über die Süddeutsche Zeitung in den letzten Tagen extrem viel diskutiert. Man könnte entgegnen: Der Tenor der Diskussion war eher negativ, also was bringt es? Na ja, viele Leser der Blogartikel werden dennoch die Website der Süddeutschen aufgesucht haben, um die Kritik nachzuvollziehen.

Und da das Thema Suchmaschinenoptimierung ohnehin in vielen Fachblogs heiß diskutiert wird, hat das strittige Interview letztendlich jede Menge Links auf die Zeitung erzeugt. Und dieses Links aus Blogbeiträgen bewertet Google bekannterweise als wichtigen Indikation für inhaltliche Relevanz einer Webseite.

War es also Kalkül, so ein streitbares Interview zu geben? Gute Beratung, schlechte Beratung? Man weiß es nicht, aber über den zusätzlich gewonnenen Traffic wird sich die Süddeutsche sicherlich nicht beschweren…

Fazit

Mit einer durchdachten SMO-Strategie lassen sich auch für den Online-Shop oder den Blog sicherlich positive Suchmaschineneffekte erzielen, indem man Kanäle wie yigg, digg, stumpleupon, webnews oder auch youtube für die Vorstellung neuer Produkte oder Inhalte nutzt. Das Motto sollte jedoch “Ehrlich währt am längsten” sein – trotzdem können smarte Überschriften und das Ansprechen von aktuellen Reizthemen neue Leser bringen.

Weitere Informationen zu Social Media Optimization finden Sie zum Beispiel bei SEO2.0, Lorm.de, Seocial.de oder dem Inflential Marketing Blog.