

So optimieren Sie die „soziale“ Kraft Ihrer Blog-Posts

✖ Dass Social Linkbuilding eine Kunst von wachsender Bedeutung ist, habe ich ja schon öfter geschrieben. Im Direktmarketing liegt die Kunst darin, die kleinen Rädchen zu drehen, um mehr aus einer einzelnen Maßnahme für den Erfolg herauszuholen. Geht das auch beim Bloggen?

Hier erfahren Sie die Antwort.

Der amerikanische SEO- und Linkbuilding-Experte Marcus Taylor hat eine Liste der Erfolgsfaktoren von Blog-Beiträgen erstellt. Stark ist ein „Post“ wenn

er wirklich originell, authentisch und damit unique ist,
er zeitlich genau die Wahrnehmung der der Leser trifft und
inhaltlich relevant für sie ist,
im Ton & Stil sowie

im Blickwinkel und der grundlegenden Idee dort „ankommt“.

Außerdem muss der Post eine packende Headline haben und

der Autor glaubwürdig und vertrauenswürdig genug sein, dass man seine Meinung guten Gewissens verbreiten kann.

Daneben spielt natürlich das eigene Netzwerk des Autors sowie das Budget, um den Post bekannt zu machen, eine Rolle. Hier kann man zum Beispiel das zeitliche oder monetäre Investment rechnen, wenn der Post für Suchmaschinen noch optimiert wird. Schließlich gehört zumindest einmalig dazu, ob der Post einfach zu verteilen ist – also ob die Buttons für Twitter, Facebook, +1 etc. richtig eingebunden sind.

Sie können natürlich einzelne Aspekte noch verstärken – zum Beispiel ob genügend andere Blogger mit starkem Graph erwähnt werden, die dann diesen Post wiederum weiterleiten...

Nimmt man das alles zusammen, hat Taylor damit zehn Faktoren, die man jeweils mit 10 Punkten scoren kann. In Summe also maximal 100 Punkte. Das schöne daran ist, dass man so relativ schnell sieht, an welcher Stelle die Schwäche des einzelnen Posts oder auch eines Autors bzw. des Blogs insgesamt ist. Und um so gezielter können Sie dann optimieren.

Über den Autor:

✖ Martin Groß-Albenhausen ist Chefredakteur und Herausgeber des renommierten Branchenmagazins „Der Versandhausberater“ und einer der führenden Experten für Versandhandel, Direktmarketing und e-Commerce. Der Versandhausberater informiert seit 1961 Woche für Woche über aktuelle Trends und Entwicklungen im Versandhandel in Deutschland. Mehr Informationen finden Sie hier.