

Die Vision des content getriebenen Online Shops

✖ Bei den Internetkapitänen gibt es ein schönes Webinar mit dem Thema „Unsere Vision vom Online Shop – weg vom reinen Händler, hin zum Content Hub“. Dahinter verbirgt sich die Idee, sich als Shop nicht nur auf seine Produkte zu konzentrieren, sondern sich als Experte in seinem Themenbereich zu positionieren und durch gute Inhalte auch nachhaltige Links aufzubauen.

Mehr zum Webinar lesen Sie hier Zu Beginn geht Markus Hövener im Blog der Internetkapitäne in seinem Webinar auf das Google Mantra „**Content is King**“ ein. Dieses Mantra stellt er nicht direkt in Frage, er sagt aber, dass nur gute Inhalte oft nicht reichen, denn diese müssen auch bekannt gemacht werden. Hier gilt es Multiplikatoren im Themenfeld des Online Shops ausfindig zu machen und seine eigenen Inhalte zu „spreaden“, also in seiner Branche zu verteilen.

Entkommerzialisierter Bereich im Online Shop

Das Ziel sieht er darin, weg vom reinen Shop hin zu einer Autorität in seiner Branche zu werden und mit wertvollen Inhalten im Contentbereich nachhaltig themenrelevante Backlinks von echten Webseiten zu erhalten.

Ein **entkommerzialisierter Bereich** ist die Basis dafür, gute Links durch passende Inhalte zu generieren und außerdem potentielle Kunden auf seinen Shop aufmerksam zu machen und sich als Experte zu positionieren. Außerdem sind Durchhaltevermögen und Kontinuität wichtige Schlüssel zum Erfolg.

Im Webinar wird anhand 3 kreativer, fiktiver Beispiele gezeigt, wie Shops aus bestimmten Branchen mit Content punkten können. Dabei liefert er Ideen für einen Weinshop, einen Shop für Kindersitze und einen Shop für Holzböden...aber nicht nur Betreiber dieser Art von Shops können sich hier inspirieren lassen.

Sicherlich ein sehr sehens- und hörenswertes Webinar, aber sehen Sie selber:

Bildquelle: © Michael Tieck – Fotolia.com