

Tobias Knoof

»MULTIPLIKATOR „SOZIALE AUFMERKSAMKEIT“ – ein Blick aus der Vogelperspektive in die Tiefen des Social Web

Wie man die Reichweite eigener Angebote und Dienstleistungen mithilfe des Social Web multipliziert und gezielt Aufmerksamkeit auf die eigene Website leitet

Traffic ist die Lebensader, ja der Finanzstrom eines Online-Business. Ohne Traffic geht nichts, mit Traffic haben selbst „Low Budget“-Webseiten oder semiprofessionelle Online-Shops eine Chance auf anständige Umsätze. Doch wo sollen sie herkommen – der Traffic, die Besucher und die potenziellen Kunden – wenn man nicht immer wieder kostenintensiv in große Werbekampagnen und Produktlaunches investiert? Die folgende Social-Traffic-Karte geht dieser Frage auf den Grund und gibt einen umfassenden Überblick aus der Vogelperspektive, wie sich Traffic im Social Web aufbaut, verteilt und multipliziert.

Gilt bei Immobilien der geflügelte Spruch „Lage, Lage, Lage“, so wissen die meisten Online-Unternehmer um die Wichtigkeit von „Traffic, Traffic, Traffic“. Fakt ist, das virtuelle Gold im Internet sind die täglichen Besucher, die potenziellen Kunden und die Leser der eigenen Website. Traffic ist dabei als Lebensader und Reichweitenkanal zu verstehen, welcher sich mit zunehmendem Link- und Contentaufbau immer mehr im Web verbreitet. Nicht umsonst meinen zahlreiche Marketer, Blogger und Online-Magazine: „Content ist King.“ Schon weniger Internetkapitäne verstehen dabei, dass es ganz besonders um den Aufbau von Content auf ANDEREN Seiten geht. Genau dort soll der bestehende Traffic ja abgeholt, aufbereitet und umgeleitet werden – umgeleitet auf die eigenen Inhalte und Projekte, um diese kräftig zu monetarisieren.

Betrachtet man das Phänomen „Traffic“ genauer, so kommt man zu dem Schluss, dass Traffic nicht auf der eigenen Seite entsteht. Er wird nur auf die eigenen Seiten geleitet. Dabei ist es

egal, ob man Bannerwerbung schaltet, Adwords-Werbung bucht oder Textlinks kauft. Traffic selbst ist in gigantischem Ausmaß vorhanden und er bewegt sich pulsierend durch die digitale Welt der Bits, Bytes und Serverfarmen. Worum es eigentlich geht, ist die Erregung von Aufmerksamkeit und die Macht der Wiederholung. Durch den Aufbau von Content und Backlinks auf anderen Seiten steigert man seine Chancen auf Wahrnehmung und damit auf den „Klick“. Der Link ist dabei die Verbindung zwischen der gerade entstandenen Aufmerksamkeit und der eigenen Website und wird als „Traffic“ bezeichnet. Hat man viele Klicks, hat man viel Traffic!

Im Umkehrschluss bedeutet dies jedoch: Hat man viele Klicks, dann hat man offensichtlich eine große Aufmerksamkeit. Oder noch anders: Wenn man sich mehr Klicks, also Traffic, wünscht, muss man mehr Aufmerksamkeit im Web gewinnen – oder eben erzeugen! Diesen Zusammenhang machen sich clevere Webmaster und Agenturen durch den strategischen und kontinuierlichen Aufbau von Content und Back-

DER AUTOR



Tobias Knoof ist Gründer des Online-Marketing-

Magazins www.Digitale-Infoprodukte.de, ausgewiesener Traffic-Experte und war vorher Traffic-Marketing-Manager bei Yopi.de, einem der größten deutschen Preisvergleichsportale

links auf ANDEREN Seiten zunutze. Der Backlink hat sich so zum „digitalen Zahlungsmittel“ entwickelt und dient als virtuelle Leitwährung im Internet.

So sieht es auch Google: Wer oft verlinkt und referenziert wird, muss etwas „Brauchbares“ vorzuweisen haben und wird damit im Ranking bestärkt. Ein Link bringt somit nicht nur mehr Aufmerksamkeit auf anderen Seiten, sondern bessere Positionierungen in den Rankings der Suchmaschinen und damit ebenfalls wieder mehr Aufmerksamkeit. Die Wahrnehmung steigt und der Klick wird wahrscheinlicher. Dasselbe Prinzip wie bei Banner- oder Textlinkwerbung, nur bezahlt man eben dafür!

Die Frage ist jedoch: Wie kann man nun im Zeitalter der Aufmerksamkeitsökonomie und des Social Web die Erkenntnisse in wenig Kosten verursachende, aber kräftige und zielgruppen-genaue Trafficströme umwandeln? Die Social-Traffic-Karte auf der folgenden Doppelseite ermöglicht uns dazu einen Blick aus der Vogelperspektive.

So bauen Sie gezielt Neukundenströme im Social Web auf

Schauen wir uns die Karte nun ein wenig genauer an. Wie fließen die Trafficströme? Wo setzen sie ein und wohin sollte man sie steuern, um eine möglichst maximale Monetarisierung der eigenen Angebote und Dienstleistungen auf den eigenen Seiten zu erreichen?

» 1. Schritt «

Im ersten Schritt des Trafficaufbaus geht es immer um Contenterstellung. Content ist gleich Traffic. Man erstelle daher zu Beginn erste Fachartikel, Gastbeiträge, Blogposts, Interviews oder Tutorials. Diese kann man selber schreiben oder von Textern und Ghostwritern schreiben lassen. Besorgen Sie sich PLR- oder MRR-Content, greifen Sie auf gemeinfreie Inhalte oder Public-Domain-Inhalte zurück

oder beauftragen Sie Textschmieden wie www.content.de oder www.textbroker.de.

» 2. Schritt «

Als Nächstes sucht man im Social Web nach passenden Artikelverzeichnissen, Fachartikelportalen, Experten- oder Interviewseiten und veröffentlicht dort die ersten Inhalte. Zum Thema „Unique Content“ sei gesagt, dass Sie niemals denselben Beitrag dutzendfach auf anderen Websites veröffentlichen sollten. Nicht nur, dass dieser wahrscheinlich abgelehnt werden würde – es bringt den Autor auch dem eigentlichen Ziel, dem Trafficaufbau, nicht näher, wenn potenzielle Kunden immer wieder ein und denselben Beitrag zu einem bestimmten „Experten“ im Web finden.

» 3. Schritt «

Im nächsten Schritt veröffentlicht man seine Inhalte zusätzlich über Dienste mit „Multiplikationswirkung“ wie www.pixelpipe.com, www.ping.fm, www.postlater.com oder www.socialloomph.com. Alle Dienste sind zwar englischsprachig, ermöglichen aber das Veröffentlichen von Inhalten auf weiteren eigenen Profilen im Internet, und diese können durchaus deutschsprachig sein.

» 4. Schritt «

Hat man seine Inhalte weiterverbreitet, kann man nun zum nächsten Schritt übergehen und nach und nach die besten Beiträge in Social-Bookmarking-Verzeichnissen posten. Nehmen wir an, Sie hätten nun Veröffentlichungen auf Blogger.com, Webnews.de, OpenPR.de und Pagewizz.com. Hier suchen Sie sich Ihre am meisten aufgerufenen Beiträge aus und posten die [Deeplink*](#)-URLs an anderen Stellen erneut (Social-Bookmarkings, Twitter, Facebook, Xing etc.). Dies führt zur Hebung des Linkwertes des Originalbeitrages und beschert diesem bei Google & Co. ein

noch besseres Ranking. Das bessere Ranking sorgt für mehr Aufmerksamkeit und mehr Aufmerksamkeit bringt mehr Traffic.

» 5. Schritt «

Im fünften Schritt beginnt man, bereits veröffentlichte Inhalte sinnvoll zu recyceln. Erstellen Sie beispielsweise aus einem Fachartikel einen Blogpost, aus einem Gastbeitrag eine Pressemeldung, aus einem Interview einen Audio-Podcast, aus einem Tutorial ein Screenshot-Video oder aus einem anderweitigen Text eine Powerpoint-Präsentation. Die Idee ist, bestehende Contentformate (doc, txt, odt) in andere digitale Formate zu wandeln (ppt, mp3, avi) und diese erneut zu veröffentlichen. Somit erreicht man auch User auf Plattformen, wo es nicht möglich ist, Texte zu veröffentlichen, sondern nur Videos (Youtube) oder nur PPTs (Slideshare).

» 6. Schritt «

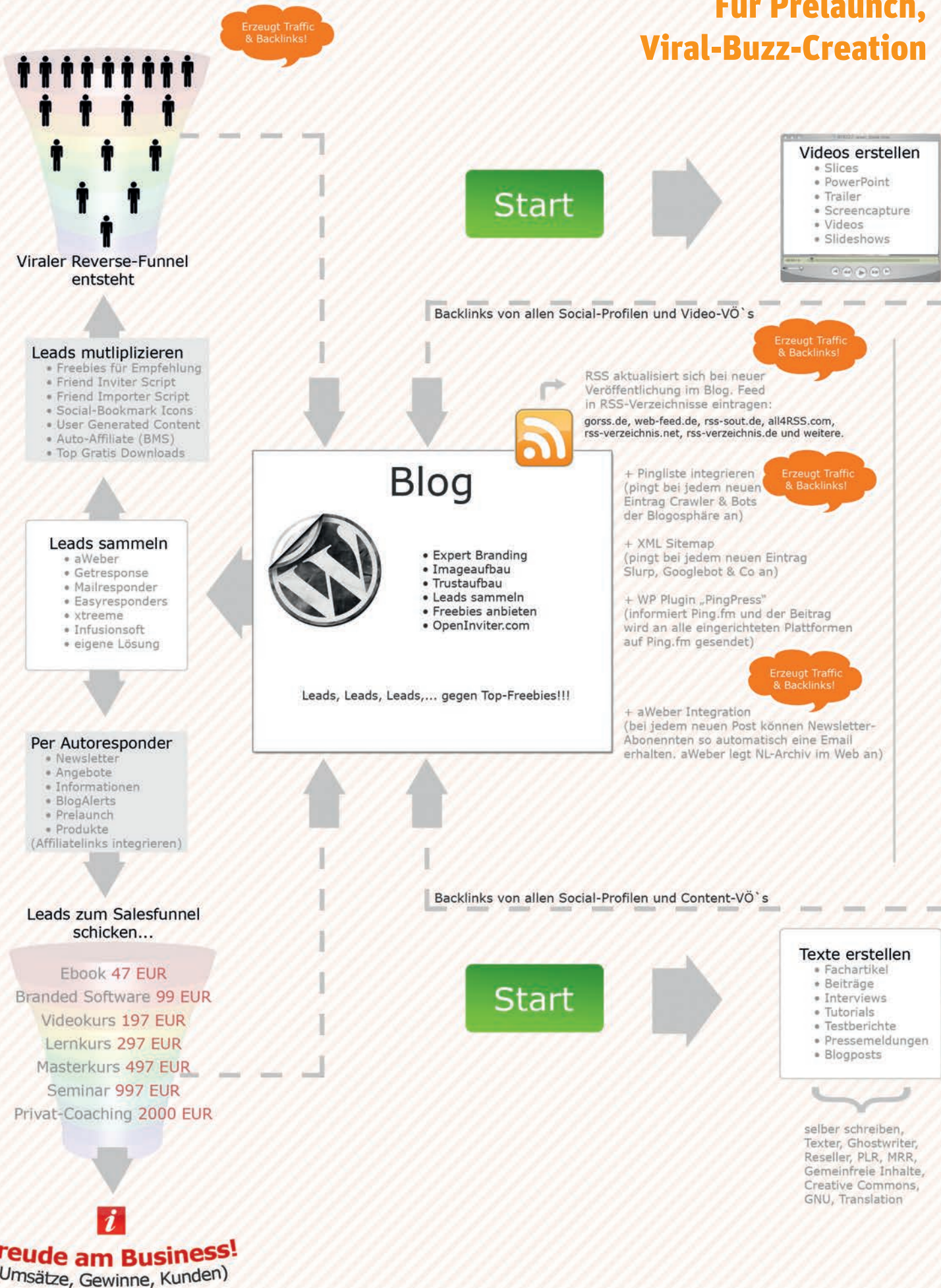
Hat man die recycelten Inhalte erneut veröffentlicht, sucht man sich anschließend wieder die am häufigsten abgerufenen Beiträge aus und postet entsprechende Links bei Social-Bookmarking-Portalen, bei Facebook, Xing, Twitter und Co. Dies führt wieder zur Hebung der Linkwertigkeit dieser „Originalbeiträge“, was erneut zu besseren Rankings und damit mehr Aufmerksamkeit für die eigenen Inhalte in den Suchmaschinen führt.

» 7. Schritt «

Alle veröffentlichten und neu recycelten Inhalte stellt man dann auf den eigenen Seiten oder im Blog vor, verlinkt auf diese und stärkt die einzelnen Veröffentlichungen so noch weiter. Wenn man mit dem Recyceln der Inhalte und dem Veröffentlichen im Social Web einmal begonnen hat, wird man schnell bemerken, dass man so nicht nur viel mehr potenzielle Kunden an den unterschiedlichsten Stellen im Web „abho-

* siehe Glossar Seite 96-97

Für Prelaunch, Viral-Buzz-Creation



Trafficorganisation & Expert-Branding

Feeds bei RSS-Verzeichnissen eintragen!

Vorzugsweise Webseiten mit **RSS-Feeds** oder Blogsysteme (wegen Pinglisten) nutzen, damit sich die eigenen Inhalte schneller im Web verteilen!

Erzeugt Traffic & Backlinks!

Videos veröffentlichen

- www.trafficgeyser.com (50 Websites)
- www.tubemogul.com (23 Websites)

- vimeo -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- REVERA -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- YouTube -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- Google -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- viddler -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- facebook -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- metacafe -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- VIDEO -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- myspace -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword
- und weitere... -- Deeplink URL zum Video, Liste, Keyword

Upload Videos in Pixelpipe & Ping.fm

Erzeugt Traffic & Backlinks!

PIXELPIPE.NET

Pixelpipe veröffentlicht Bilder, Screenshots, mp3s, Podcasts, Videos, PDFs und Texte bei 60 Plattformen gleichzeitig!



Ping.fm veröffentlicht Bilder, Screenshots, mp3s, Podcasts, Videos, PDFs und Texte bei 33 Plattformen gleichzeitig!

Ping.fm

- MetaWeblog
- flickr
- tumblr
- friendster
- Vö-URLs eintragen in...
- twitter
- imagekick
- ACROBAT.COM Gallery
- Kodak Gallery
- box
- imageShack
- Drupal

Profile optimal ausfüllen. Homepagelinks in den Profilen linken zum Blog. Anschließend Profil eintragen...

Eintragen in...

Erzeugt Traffic & Backlinks!

Social-Bookmarking Portale

- www.socialposter.com (in 70 Portale eintragbar)
- www.bookmarkingdemon.com (in 100+ Portale eintragbar)

Eigenen Blog-Feed sowie Feed aller Social-Profilen in Feed-Verzeichnisse und Social-Bookmark-Portale eintragen.

www.knowem.com
Überprüft freie Usernamen
Tipp: Wählen Sie wichtige Keywords im Username

Profile optimal ausfüllen. Homepagelinks in den Profilen linken zum Blog. Anschließend Profil eintragen...

Eintragen in...

Erzeugt Traffic & Backlinks!

Texte veröffentlichen

- Artikelverzeichnisse
- Presseportale
- Blogs
- Social-News
- Expertenportale
- Squidoo, Hubpages,...

- Blogger -- Deeplink URL zum Fachartikel
- WORDPRESS -- Deeplink URL zur Pressemitteilung
- WEB NEWS -- Deeplink URL zum Blogpost
- ShortNews -- Deeplink URL zum Gastbeitrag
- openPR -- Deeplink URL zur Social-News
- knol -- Deeplink URL zum Foren-Thread
- HubPages -- Deeplink URL zur Diskussion
- SQUIDOO -- Deeplink URL zum Interview
- und weitere... -- Deeplink URL zum Tutorial

Upload Content in Pixelpipe & Ping.fm

Vorzugsweise Webseiten mit **RSS-Feeds** oder Blogsysteme (wegen Pinglisten) nutzen, damit sich die eigenen Inhalte schneller im Web verteilen!

Erzeugt Traffic & Backlinks!

Feeds bei RSS-Verzeichnissen und Social-Bookmark Communities eintragen!

„Traffic ist die Finanzader, ja der Lebensstrom eines jeden Online-Business!“ **Tobias Knoof**

len“ kann, sondern dass man zu bestimmten Keywords eine regelrechte Suchmaschinendominanz erreicht, zwar meist nur mit „Longtail-Keywords“, dafür aber nachhaltig und dauerhaft. Es ist nicht selten, dass man so drei, vier, fünf oder sogar sieben Ergebnisse auf der ersten Seite zu einem bestimmten Nischenkeyword besetzt.

Der Grund dabei ist einfach: Geht man von einem „originalen“ Blogpost aus und recycelt diesen in die verschiedensten Contentformate (ppt, txt, mp3,

und beschreibenden Texte (Keywords, Description, Metatags) bleiben aber annähernd gleich. Alle diese einzelnen Veröffentlichungen auf unterschiedlichen Seiten mit ähnlichem „Keyword-Stamm“ werden jedoch mit zuverlässiger Sicherheit immer wieder und wieder auf der ersten Seite bei Google & Co. auftauchen. Das erste Ergebnis könnte dann der Original-Blogpost sein, ein weiteres linkt zum „recyclten“ Video auf Youtube, das nächste Ergebnis führt den User zur „passenden“ Pressemeldung und wieder der nächste

avi ...), so geht zwar das Format verloren, der Inhalt und Sinn und damit oft auch die begleitenden

findet das „dazugehörige“ Interview.

Das Beherrschen dieser Art von Trafficorganisation im Social Web eignet sich besonders für knappe Marketingbudgets und wird als „TrafficPrisma-Prinzip“ bezeichnet. Dieses findet auch eingehende Betrachtung im gleichnamigen Traffic-Masterkurs von Digitale-Infoprodukte.de. Bedenken Sie: Die eigenen Webseiten können Designerpreise, Online-Awards, eine Sidebar voller Auszeichnungen und Gütesiegel besitzen und einen nahezu perfekten und validen Quellcode haben. Die Website kann die professionellsten Produkte einer Nische anbieten und eine hervorragende Usability und Reputation vorweisen. Ohne Traffic sind Sie faktisch nicht existent. ¶

Einzelheftbestellung* unter: www.websiteboosting.com/einzelheftbestellung/

*so lange der Vorrat reicht...

Foto: marps / photocase.com



07-08 2010



09-10 2010



11-12 2010



01-02 2011



03-04 2011

Oder gleich im rückwirkenden Abo unter: www.websiteboosting.com/abo