

Erfolgreich im Internet kommunizieren

Erfahren Sie in diesem Leitfaden:

- Wie Sie eine zündende Idee finden.
- Wie Sie die perfekte Online-Presseveröffentlichung schreiben.
- Wie Sie Ihre Botschaft für Menschen und Suchmaschinen optimieren.

Unterhaltsame und nützliche Inhalte finden

zum Beispiel:

- Branchentrends
- Marktveränderungen
- Aktuelle Studien
- Produkttests
- Praxisanleitungen
- Expertentipps
- Anwendungsideen
- Fallbeispiele
- Problemlösungen
- Karitative und soziale Unternehmensaktivitäten
- Veränderungen innerhalb Ihres Unternehmens (Interview)
- Publikationen

News in einer perfekten Struktur anbieten

Die ideale Online-Presseveröffentlichung ist 300-500 Wörter bzw. 1500-3500 Zeichen lang.
Das entspricht ca. 1,5 - 2 Textseiten.

- Überschrift (Headline) – maximal 63 Zeichen
- Untertitel (Subline) – maximal 63 Zeichen
- Einführungstext (Lead) – 2-3 Sätze, maximal 160 Zeichen – WER? WAS? WANN? WO? – Interesse wecken und zum Weiterlesen anregen
- Haupttext (Body) – 3-5 Abschnitte mit Zwischenüberschriften – WARUM? WIE?
- Abschluss Text mit kurzer Firmenbeschreibung und vollständigen Kontaktdaten (Website-URL, Ansprechpartner, Email)

Klare Ausdrucksweise und aktuellen Charakter bieten

- Schreiben Sie in der Gegenwartsform (Präsens)
- Schreiben Sie in der Sprache Ihrer Zielgruppe
- Nutzen Sie verständliche Wörter
- Verzichten Sie auf Füllwörter und formulieren Sie konkret
- Vermeiden Sie lange Schachtelsätze und schreiben kurz und prägnant
- Überprüfen Sie Rechtschreibung und Grammatik

Auffindbarkeit in Suchmaschinen optimieren

- Wählen Sie 2-3 Schlüsselwörter (Keywords) Ihrer Zielgruppe aus, auf die Ihre Online-Presseveröffentlichung ausgerichtet werden soll
- Nutzen Sie Schlüsselwörter in Überschrift und Einführungstext (Lead), da beide in Suchmaschinen mit Priorität gelistet werden
- Verdichten Sie Schlüsselwörter in Ihrer Online-Presseveröffentlichung und flechten diese dezent an passender Stelle ein
- Wählen Sie Fragestellungen Ihrer Zielgruppe aus und verwenden diese 1:1 in Ihrer Online-Presseveröffentlichung
- Verwenden Sie Schlüsselwörter immer am Anfang und nicht am Ende einer Formulierung

Von der Online-Presseveröffentlichung zur Webseite geleiten

Hyperlinks verbinden Ihre Pressenews mit Ihrer Webseite:

- Gibt es weiterführende bzw. ausführlichere Informationen auf Ihrer Webseite?
- Möchten Sie den Leser auf ein bestimmtes Angebot aufmerksam machen?
- Gibt es, zusätzlich zur Startseite, eine sinnvolle Zielseite (Landingpage) auf die der Leser verwiesen werden kann?
- Kennzeichnen Sie die gewünschten Zielseiten der Hyperlinks durch eine Klammer [www.beispiel.com/landingpage.php], damit diese bei der Veröffentlichung auf Presse- und Themenportalen gesetzt werden

Haben Sie weitere Fragen? Unser Team ist gerne für Sie da!