



Ein Rezept zur Veröffentlichung von Blogbeiträgen?

Aufwändige Blogbeiträge, die trotzdem keiner liest Das soll zukünftig der Vergangenheit angehören

(NL/9652525957) In seiner Reihe von mittlerweile vier Blogbeiträgen beschreibt der SEO-Experte Uwe Walcher, wie man Webinhalte erfolgreich produziert und vermarktet. Die Beitragsreihe wurde mit einem Experiment verbunden. Ziel war es, innerhalb von wenigen Tagen mindestens 1000 Besucher auf seinen Artikel zu locken. Nach den ersten drei Tagen sah es noch so aus, als würde das Experiment scheitern, doch die Endauswertung der Zugriffszahlen zeigt: Nach einer Woche konnten weit über 1000 Besucher auf den Artikel gelockt werden.

Wie dem geneigten Blogger diese schwierige Aufgabe am besten gelingt, das beschreibt Walcher in den ersten drei Beiträgen. Doch was der Leser am sehnsüchtigsten erwartet, ist das Resultat. Gibt es wirklich ein "Rezept" zur Veröffentlichung von Blogbeiträgen? Die Endauswertung, der letzte Artikel der Beitragsreihe beweist, dass die Tipps des Experten nach entsprechender Umsetzung Früchte tragen. Die Anzahl von 1386 getrackten Besuchern des Blogbeitrages unterstreicht diese Feststellung.

In der Endauswertung wird erklärt, wie man aus seinen Erfolgen und Fehlern in einzelnen Bereichen lernen kann. Blogger sollten Kennzahlen wie das Konsum-/Produktionsverhältnis auswerten, um herauszufinden, ob der investierte Aufwand mit der Reichweite im Verhältnis steht. Eine weitere sehr hilfreiche Kennzahl zur Auswertung von Blogbeiträgen ist der Pagetime Seeding Index (PSI). Hier wird die Zeit, die man zur Veröffentlichung des Inhalts benötigt, mit der Anzahl der Leser auf einem bestimmten Kanal verglichen. Diese Kennzahl zeigt auf, welche Quellen sich zur Veröffentlichung gut eignen und welche Kanäle man außer Acht lassen kann. Doch der Artikel warnt auch: Man soll sich nicht nur auf solche Kennzahlen verlassen. Veröffentlichungsportale wie beispielweise Newsmax können nicht allein anhand des PSI beurteilt werden, da hier eine Verbreitung über viele weitere Agenturen erfolgt.

Schlussendlich kann man sagen, dass die Handlungsleitlinien, die der erste Beitrag des SEO-Experten gibt, sehr hilfreich sind, um Webinhalte viral zu verbreiten. Doch eines wird auch klar: Nicht jeder Kanal ist gleichermaßen effektiv. Je nach persönlicher Präsenz, Vernetzung und Pflege des Kanals funktioniert die Verbreitung. Es gibt also kein Rezept, was man eins zu eins bei der Veröffentlichung von Beiträgen befolgen kann. Jeder muss für sich selbst herausfinden, in welchem Verhältnis man das Rezept anwendet, welche Kanäle sich für bestimmte Inhalte eignen und an welchen Stellen noch Verbesserungsbedarf besteht. Auch wenn man mit der Veröffentlichung eines Blogbeitrags seine eingangs gesetzten Ziele erreicht, sollte man eine Auswertung mit den entsprechenden Kennzahlen durchführen, denn Anpassungen sind meistens nötig und Raum für Verbesserungen besteht immer.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/914a6r>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/marketing/ein-rezept-zur-veroeffentlichung-von-blogeintraegen-41773>

Pressekontakt

Addvalue GmbH

Herr Katrin Wahl
Hahlweg 3
36093 Fulda

katrin.wahl@addvalue.de

Firmenkontakt

Addvalue GmbH

Herr Katrin Wahl
Hahlweg 3
36093 Fulda

addvalue.de
katrin.wahl@addvalue.de

Diese Pressemitteilung wurde im Auftrag übermittelt. Für den Inhalt ist allein das berichtende Unternehmen verantwortlich.

Anlage: Bild

