

Angebote die primär in Deutschland genutzt werden

Angebot	Kurzbeschreibung	Markenkommunikation	Kundenkommunikation	Traffic-Wirkung	Seo Wirksamkeit	Aufwand
TWITTER	Twitter Microblogging Webseite. Benutzer können eigene Textnachrichten mit maximal 140 Zeichen eingeben. Zunehmende Nutzung als Servicekanal für Kunden.	Durch Standard Posts werden selten sehr viele Follower generiert. Über die Hashtag Suche können User direkt auf Angebote aufmerksam werden. (Wettbewerber folgen i.d.R.)	Gerade für serviceorientierte Firmen kann die schnelle Kommunikation mit den Kunden von Vorteil sein. (Proaktive Kommunikation wird in der Regel positiv empfunden).	Es kann direkt mit der Zielgruppe kommuniziert werden. Es ist zwar kein großer Traffic für Ihre Webseite erzielbar, aber dafür kommen die Klicks meist aus der Zielgruppe.	Tweets sind aktuell und ranken daher gut, auch der Profilname bekommt Aufmerksamkeit. Durch gekürzte URL's entsteht aber kein Vorteil. Die Indizierung der Tweets schwankt. Zwischen wenigen Minuten und 3 Tagen dauert es bis diese in Suchergebnislisten ranken.	Es sollte in regelmäßigen Abständen 1-2 mal pro Tag getwittert werden. Twitter sollte immer durch Fachpersonal erfolgen, die auf eventuelle Eskalationen vorbereitet sind. Überwachung sollte 24/7 erfolgen.
facebook	Social-Netzwerk Seite, auf der sich User mit Freunden verbinden können. Marken können Seiten etablieren und direkt mit Ihren Fans kommunizieren.	Facebook Firmenseiten eignen sich um Marken, Aktivitäten und Angebote zu kommunizieren. Für B2C Kommunikation ok, aber kein Mehrwert für B2B Geschäft.	Gut geeignet für Dialog mit Nutzern u. Kunden. Meinungsaustausch zu Marken, Teilnahme an Gewinnspielen. Markenstärke entscheidet auch hier über das Involvement der Nutzer.	Große Marken haben gute Chancen über kostengünstige Maßnahmen Traffic auf ihre Seiten zu ziehen, für unbekanntere Unternehmen oder B2B -geringes Traffic Potenzial.	facebook Seiten ranken bei Google gut, wenn dort die Keywords aus der Google Suche vorkommen.	Aufwand für Maßnahmen ist im Vergleich zu anderen Kommunikationsmaßnahmen gering. Kontinuierliche Kommunikation mit der Zielgruppe u. Überwachung ist wichtig.
XING	XING ist ein soziales Netzwerk für berufliche Kontakte mit Themengruppen und Eventplanung.	XING Firmenprofile sind dafür gedacht, die Organisation und deren Mitarbeiter darzustellen. Dienstleister können hier ihre Kompetenzen aufzeigen.	Für Firmen bietet sich die Chance, über Themengruppen direkt mit Kunden zu kommunizieren (aber auch mit Wettbewerbern).	Ein Backlink kann hier gesetzt werden. Das Profil sollte zusätzlich für Suchmaschinen freigeschaltet werden.	Hoher Page Rank. Die Einzelpersonen und Unternehmen ranken fast immer auf der ersten Trefferseite von Suchmaschinen.	Das Firmenprofil muss gepflegt werden, alle Mitarbeiter sollten miteinbezogen werden. Themengruppen erfordern viel Aufwand und professionelles Know-How.
Google+	Mit Google + startet Google nun sein eigenes Social Netzwerk (Wettbewerb zu facebook). Die Zuwachsraten der Teilnehmer am Netzwerk ist enorm.	Im Moment beschränkt sich das Angebot auf private Nutzer. Firmenseiten sind geplant. Markenseiten auf Google + werden die Vorteile der direkten Suchmaschinen-"Nähe" nutzen können.	Da sich Google + noch in der Betaphase befindet und die Firmenwebseiten noch nicht etabliert sind, können hierzu noch keine Aussagen getroffen werden.	Da das Netzwerk enorme Zuwachsraten zu verzeichnen hat wird der Traffic bei qualitativ hochwertigen Postings auch sehr hoch sein. Beiträge können öffentlich gestellt werden (siehe Twitter).	Durch die direkte Suchmaschinen-"Nähe" ist eine deutliche Wirkung auf die Suchergebnisse zu erwarten.	Google + sollte zunächst genutzt werden, um bei Öffnung des Social Media Portals für Firmenwebseiten sehr schnell ein qualitativ hochwertiges Angebot etablieren zu können.
Youtube	Die Plattform bietet die Möglichkeit Videos hochzuladen und zu bewerten.	Ein excellenter Kommunikationskanal, um Markenbotschaften zu inszenieren (Unternehmens-Channel, Produktfilme, Viral's)	Durch die Bewertungs- und Kommentarfunktion können Nutzer auf die Videos reagieren. Neuprodukte werden hier sehr oft von Käufern rezensiert.	Abhängig von der Qualität der Umsetzung kann der Kanal zur Traffic Bildung beitragen.	Videos ranken sehr gut in Google.	Der Aufwand, qualitativ gute Videos zu produzieren, ist im Vergleich zu anderen Maßnahmen sehr hoch.
Blogger	Blogger ist eine deutschsprachige Blog Community. Nutzer können ohne technische Kenntnisse Beiträge auf von ihnen erstellten Seiten posten.	Unternehmen die bloggen, können Informationen schnell und übersichtlich kommunizieren. Die Beiträge sind mit der PR Arbeit eng verzahnt.	Die Blogbeiträge können in der Regel bewertet und kommentiert werden. Mit der zunehmenden Bedeutung der Social Media Dienste geschieht das aber immer weniger.	Blogbeiträge sind sehr authentisch und haben demzufolge einem hohen Trust. Sie werden in Social Media Diensten gerne zitiert.	Aufgrund des hohen Trusts ist auch eine gute Sichtbarkeit des Angebots gegeben.	Die eigentliche Arbeit liegt hier in der Erstellung von qualifizierten Texten. Beiträge zu verfassen erfordert Zeit und die notwendigen Skills.
delicious	Social Media Bookmarks Seite zum Speichern und Teilen von Bookmarks	Die Brand Awareness wird durch das Setzen von Bookmarks nur geringfügig gesteigert. Positive Bewertungen erhöhen den Trust der Marke.	Da es sich um eine Bookmarkseite handelt, findet keine Interaktion mit den Kunden statt.	Der Trafficzuwachs durch Bookmarkseiten ist nicht mehr so groß wie in den Anfangszeiten. Wenn Bookmarks gesetzt werden, sollten dies Deeplinks sein.	Nach Registrieren können "do follow" Bookmarks gesetzt werden, die als Backlinks gewertet werden.	Der Aufwand ist nicht sehr hoch und kann gut umgesetzt werden.
YIGG	YIGG ist eine deutsche Social Media News Seite, auf der Nutzer News lesen, posten und mit Punkten bewerten können.	Allenfalls geeignet, um im Rahmen der Unternehmens PR News zu posten. Die Dienste werden durch facebook und Google+ weiter an Bedeutung verlieren.	Selten werden Beiträge kommentiert und bewertet, eine bidirektionale Kommunikation findet nicht statt.	Die Nutzer haben sich auf facebook und Google+ fokussiert. Es fehlen Plattformen wie YIGG an der kritischen Masse von Nutzern, um wirksamen Traffic zu generieren.	Keinen Mehrwert für SEO. Die Newsbeiträge ranken nicht sehr gut und die News werden von zu wenig Nutzern gelesen, als dass hierdurch eine Backlink Wirkung erzielt werden kann.	Nach einer sehr kurzen "Lernphase" kann YIGG schnell genutzt werden, erfordert aber kontinuierliche Teilnahme.
flickr	flickr ist eine Foto-Community. Nutzer können Fotos online speichern, kommentieren, teilen und kategorisieren.	Durch geeignete Bildwelten (Events, Specials) kann die Marke emotional aufgeladen werden.	Die Bilder werden in Communities auch kommentiert, eine intensive Kundenkommunikation findet hier aber nicht statt.	Da die Bilder in der flickr Cloud liegen und nicht auf externe Seiten backlinken, ist hier mit keinem Traffic zu rechnen.	flickr ist in Wettbewerb zu Google photos. Die flickr Bilder ranken schlecht in der Bildersuche von Google.	Der Aufwand, Bilder auf die Plattform zu laden, die sinnvoll benannt werden, ist gering. Das Vorgehen ist fast allen Nutzern bekannt.

Legende: ● = positive Bewertung ● = akzeptable Bewertung ● = negative Bewertung ● = noch keine Bewertung möglich

- http://prsd.me/ps_xing
- <http://prsd.me/proseed>
- http://twitter.com/proseed_de
- http://prsd.me/ps_movie

proseed GmbH Online Marketing & Consulting,
 Fahrgasse 89, 60311 Frankfurt am Main, www.proseed.de,
 creative commons licence: CC BY-NC-ND 3.0
 Die Weiterverbreitung ausdrücklich erwünscht! Der Urheber muss genannt werden, keine kommerzielle Nutzung, keine Weiterbearbeitung gestattet. Für Schulungszwecke erstellt.

Cheat Sheet: SEO Version: 0.2
 Feedback bitte an:
info@proseed.de