

# Social Media und SEO



# Was bedeutet Social Media?



# Definition Social Media

Social Media (auf Deutsch: soziale Medien) ist „[...] ein Sammelbegriff für internetbasierte mediale Angebote, die auf sozialer Interaktion und den technischen Möglichkeiten des sogenannten Web 2.0 basieren. Dabei stehen Kommunikation und der Austausch nutzergenerierter Inhalte (user-generated Content) im Vordergrund.“

Ziegler & Lamberti, 2013



# Was sind Bestandteile von Social Media?



# Bestandteile von Social Media

- private soziale Netzwerke (wie Facebook, Instagram)
- berufliche soziale Netzwerke (wie LinkedIn, Xing)
- Weblogs und Microblogs (wie Themenblogs, Twitter)
- Videoplattformen und Sharingdienste (wie YouTube)
- kollaborative Projekte (wie Wikipedia, Wikis)
- Internetforen, Bewertungsplattformen
- Messenger-Dienste
- virtuelle Welten und Social Gaming



# Wie kann die Auffindbarkeit mit Social Media optimiert werden?



# Google-Rankingfaktoren

## Direkte Faktoren (Onpage)

- Platzierung relevanter Inhalte
- Fokus auf Schlagworten
- Präsentation multimedialer Elemente
- Standortbestimmung
- Benutzerfreundlichkeit der Website
- Mobilfreundlichkeit

## Indirekte Faktoren (Offpage)

- Backlinks
- Social Signals



Eine Checkliste der Rankingfaktoren erhalten Sie als zusätzliches Begleitmaterial.

Faktor 1

# Backlinks

- Backlinks = Verlinkungen von anderen Websites oder Plattformen, wie Social-Media-Kanälen
- Google vertraut auf Empfehlungen aus dem Web
- Backlinks liefern der Suchmaschine Hinweise, wie stark Sie als Anbieter\*in etabliert und wie beliebt Ihre Inhalte sind

Ihre Backlinks sollten von möglichst vielen verschiedenen Domains oder Social-Media-Plattformen kommen.

Aber Vorsicht: Bei 100 Verlinkungen von einer Website stuft Google diese als auffällig ein.





Faktor 1 – Umsetzung

# Aufbau Backlinkprofil

- Verlinkungen von Geschäftspartner\*innen, Kundschaft, Branchenverzeichnissen (themenrelevante Portale, z. B. yelp.com)
- Social-Media-Profile: Websitelinks hinterlegen, z. B. auch über die eigenen Mitarbeiter\*innen
- Pressemitteilungen verlinken
- Sponsoring: bei Teilnahme/Durchführung von Veranstaltungen oder Auftritt als Sponsor\*in auf Websites verlinken lassen
- Themenblogs: aktiv auf Blogs sein, nicht nur wegen Backlinks, sondern um etwas zum Thema beizutragen

Kontinuierlich aktiv sein (online wie offline), kreativ sein und relevante Inhalte schaffen.



Faktor 2

# Social Signals



- Social Signals = Interaktionen in sozialen Netzwerken
- tragen zur Bekanntheit des Unternehmens bei
- Website ist benutzerfreundlich und direkte Rankingfaktoren sind eingehalten = Weiterempfehlung der Website
- Interaktionen auf den eigenen Social-Media-Kanälen oder übergreifend, z. B. durch das Teilen von Websitelinks

Faktor 2 – Umsetzung

# Interaktionen generieren



Interaktionen zu generieren ist nicht einfach:

- gute Beiträge müssen vorhanden sein, die gerne geteilt werden (share worthy content)
- selbst aktiv in sozialen Netzwerken sein
- teilweise sind Interaktionen ohne einen Facebook- oder Twitter-Kanal möglich, aber darauf sollten Sie sich nicht verlassen

Versuchen Sie innerhalb der sozialen Medien Aufmerksamkeit zu generieren.

Fordern Sie Ihre Leserschaft auf der Website auf, Ihre Beiträge aktiv zu teilen (Share-Button).

Take Home Message

# Interesse und Interaktion



- Herausforderungen: Auswahl und Aufbau der richtigen Plattformen, regelmäßige Befüllung mit passenden Inhalten
- je interessanter die Inhalte, desto mehr Abonnent\*innen und Empfehlungen

Je stärker die Interaktionen, desto höher die Besucherzahl auf der Website und desto besser die Platzierung in der Suchmaschine.