DER ULTIMATIVE

BLOGGING GUIDE

INKLUSIVE
SEO-STRATEGIE

Kleine Unternehmen, große Reichweite!

Moin!

→ Bist du bereit, deinem kleinen oder mittelständischen Unternehmen (KMU) einen kräftigen Schub zu geben? Wenn ja, dann bist du hier genau richtig. Willkommen zu unserem Blog-Guide für KMU!

Hast du dich jemals gefragt, wie das Bloggen dein Geschäft auf das nächste Level heben kann? Stell dir vor, du könntest deine Online-Sichtbarkeit erhöhen, eine treue Fangemeinde aufbauen und deine Kundenbindung stärken – und das alles mit einem leistungsstarken Blog.

In diesem Leitfaden werden wir Schritt für Schritt durchgehen, wie du einen erfolgreichen Unternehmensblog startest und wie du ihn effektiv nutzt, um dein KMU zu fördern. Wir werden dir zeigen, wie du relevante und ansprechende Inhalte erstellst, wie du in den Suchergebnissen gefunden wirst, wie du die sozialen Medien optimal nutzt und wie du sogar deine Umsätze steigern kannst.

Bist du bereit, deine Reise in die Welt des Bloggens zu beginnen? Dann lass uns loslegen und entdecken, wie du mit einem Blog den Erfolg deines KMU steigern kannst!

Disclaimer: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Guide auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter. Zudem verzichten wir aus gutem Grund auf die klassische Anrede per Sie. Denn auch im Business landen wir recht zügig beim Du. Wir mögen es eben persönlich, auf Augenhöhe und vor allem entspannt. Schön, dass du weiterliest.

Inhalte

1. Einführung in das Blogging 04

→ Warum ist Bloggen so wichtig/sinnvoll für KMU?

→ Die Bedeutung der Online-Sichtbarkeit für kleine Unternehmen

2. Die ersten Schritte 07

→ Auswahl der richtigen Blogging-Plattform und Tools für KMU

→ Auswahl eines Blog-Themas, das dein Unternehmen unterstützt

3. Content-Strategie 10

→ Erstellung von Inhalten, die deine Zielkunden ansprechen

→ Planung von Blog-Beiträgen, die die Bedürfnisse deiner Kunden erfüllen

→ Verfassen von Blog-Beiträgen, die deine Kunden gerne lesen

4. SEO-Strategien 16

→ Keyword-Recherche und -Optimierung für lokale Suchergebnisse

→ On-Page- und Off-Page-SEO-Tipps

→ Backling-Aufbaustrategien

5. Benutzerfreundliches Blog-Design 21

→ Optimierung für mobile Geräte und schnelle Ladezeiten

→ Verwendung von Bildern und Videos zur Steigerung der Anziehungskraft

→ Integration von Call-to-Actions zur Kundenbindung

6. LinkdeIn-Post für KMU 25

→ Deinen KMU-Expertenblog erfolgreich vermarkten – so geht's!

7. Erfolgsmessung 27

→ Wie und warum du den Erfolg deines Blogs messen solltest

→ Tools zur Erfolgsmessung für KMU-Blogs

8. Ressourcen 31

→ Empfehlungen für KMU-freundliche Blogging-Tools und Ressourcen

9. Fazit 33

Lerne, warum Blogging so wichtig für deine Online-Präsenz ist.

Kapitel 1:

Einführung in das Blogging für KMU

Warum ist Bloggen entscheidend für KMU?

In einer Ära, in der das Internet zu einem entscheidenden Kanal für die Kundenakquise und -bindung geworden ist, spielt das Bloggen eine zentrale Rolle für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Doch warum ist das so?

→ Bloggen als Schlüssel zum Erfolg

Für KMU kann das Bloggen einen entscheidenden Unterschied in Bezug auf Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und Kundenbindung ausmachen. Es ermöglicht Unternehmen, sich als Experten in ihrer Branche zu positionieren und ihre Zielgruppen kontinuierlich mit relevantem, nützlichem Content anzusprechen. Blogging bietet eine Plattform, auf der du dein Fachwissen teilen, Kundenfragen beantworten, dein Unternehmen als vertrauenswürdige Quelle etablieren und suchmaschinenrelevante Inhalte teilen kannst.

→ Den eigenen Expertenstatus statuieren

Durch regelmäßige Blog-Beiträge können Unternehmen ihr Fachwissen zu bestimmten Themenbereichen oder Branchentrends präsentieren. Dies zeigt potenziellen Kunden und Interessenten, aber auch neuen Mitarbeitenden, dass das Unternehmen über fundierte Kenntnisse und Erfahrungen verfügt.

→ Aufbau von Glaubwürdigkeit und Vertrauen

Indem ein Unternehmen sein Wissen und seine Erfahrungen über den Blog mit der Öffentlichkeit teilt, kann es das Vertrauen potenzieller Kunden gewinnen. Durch die Bereitstellung hochwertiger und relevanter Inhalte demonstriert das Unternehmen seine Glaubwürdigkeit und Kompetenz.

> ***Ein Blog ist der Schlüssel, um deine Expertise sichtbar zu machen und deine Reichweite zu erhöhen.***
>
> Hannah Rehman – SEO-Managerin goldbutt

→ Kundenbindung und -interaktion

Ein Unternehmensblog bietet eine Plattform für Kundeninteraktion und -engagement. Leser können Kommentare hinterlassen, Fragen stellen und Feedback geben, was es dem Unternehmen ermöglicht, direkten Kontakt mit seinem Publikum aufzubauen und langfristige Beziehungen zu pflegen.

→ Erweiterung des Kundenkreises

Mit einem gut gepflegten Blog können KMU ihren Kundenkreis erweitern. Durch die Bereitstellung von relevantem Content, der auf die Bedürfnisse und Fragen potenzieller Kunden eingeht, ziehst du neue Zielgruppen an und förderst die Interaktion mit deiner Marke. Das Bloggen ermöglicht es KMU, eine größere Reichweite zu erzielen und Kunden außerhalb ihres direkten Einzugsgebiets zu erreichen.

→ Low-Budget-Marketing

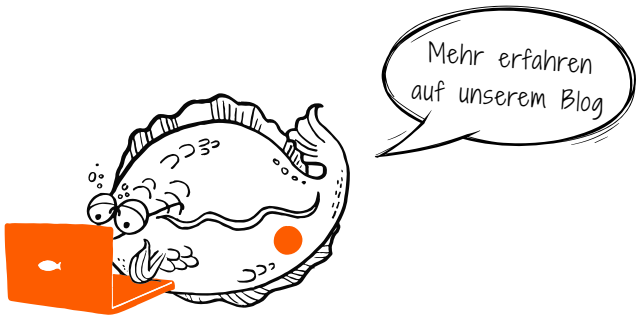
Eine der entscheidenden Vorteile des Bloggens für KMU liegt in seiner kostengünstigen Natur. Im Vergleich zu traditionellen Marketingstrategien wie Printwerbung oder Fernsehwerbung ist Bloggen äußerst budgetfreundlich. Es erfordert lediglich eine Online-Präsenz und die Fähigkeit, hochwertigen Content zu erstellen und zu teilen. Dies macht es zu einer idealen Marketingstrategie für Unternehmen mit begrenzten Ressourcen.

→ Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Durch die regelmäßige Veröffentlichung von qualitativ hochwertigen Inhalten kann ein Unternehmensblog dazu beitragen, die Sichtbarkeit des Unternehmens in Suchmaschinen zu verbessern. Dies kann dazu beitragen, dass das Unternehmen in den Suchergebnissen höher rangiert und somit mehr Traffic auf seine Website zieht.

→ Content-Marketing-Strategie

Ein Blog kann ein wichtiger Bestandteil einer umfassenden Content-Marketing-Strategie sein. Indem das Unternehmen wertvolle und relevante Inhalte bereitstellt, kann es potenzielle Kunden ansprechen, informieren und letztendlich dazu inspirieren, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten oder seine Produkte und Dienstleistungen zu nutzen.



Step by step
zum Blogging-Profi.

Kapitel 2:

Die ersten Schritte für KMU

Auswahl der richtigen Blogging-Plattform für KMU

Die Auswahl der richtigen Blogging-Plattform ist entscheidend, um deinen Blog effizient zu betreiben. Für KMU gibt es verschiedene Optionen, und die Wahl hängt von deinen Bedürfnissen und deinem Budget ab.

Hier sind einige Überlegungen:

→ Plattformwahl

Die Wahl deiner Blog-Plattform ist abhängig vom CMS (Content Management System) deiner Unternehmens-Website. Solltest du noch keine Website haben, raten wir dir im ersten Schritt natürlich dazu, die Entwicklung deiner Homepage nachzuholen. Wenn du aber unabhängig von deiner Website einen Blog aufbauen möchtest, kannst du auf beliebte Blogging-Plattformen wie WordPress, Blogger und Wix zurückgreifen. Sie bieten benutzerfreundliche Schnittstellen und umfangreiche Anpassungsmöglichkeiten. WordPress ist besonders flexibel und wird oft von Unternehmen bevorzugt, da es eine Vielzahl von Plugins (Software-Erweiterungen) und Themes (Website-Vorlagen) bietet.

→ Hosting

Solltest du deinen Blog auf deiner bereits bestehenden Website integrieren wollen – wozu wir in der Regel raten – ist auch das Hosting analog zur Plattformwahl abhängig von deiner Website. Solltest du deinen Blog unabhängig von deiner Website einrichten wollen, entscheide, ob du einen selbst gehosteten Blog oder einen gehosteten Service verwenden möchtest. Selbst gehostete Blogs bieten mehr Kontrolle über dein Blog-Design und deine Daten, erfordern jedoch technisches Wissen und zusätzliche Kosten für Hosting. Gehostete Dienste, wie z.B Wix, sind einfacher einzurichten, erfordern jedoch in der Regel eine monatliche Gebühr.

→ Design

Plane als Arbeitsschritt ein, dass dein Blog-Design entwickelt werden muss. Dies sollte idealerweise zu deinem Corporate Design und damit zu deinem bestehenden Webdesign passen. Sprich mit deinen Webentwicklern über das Design der Blogseiten, der Blogübersicht und aller übrigen Features. Erstellt in jedem Fall ein ansprechendes, benutzerfreundliches und mobil-optimiertes Blog-Design.

Auswahl eines Blog-Themas, das dein Unternehmen unterstützt

Die Auswahl eines geeigneten Blog-Themas ist der erste Schritt auf dem Weg zu einem erfolgreichen Blog für kleine und mittelständische Unternehmen. Dein Blog-Thema sollte eng mit deinem Unternehmen verknüpft sein und deine Zielgruppe ansprechen.

Hier sind einige Überlegungen zur Auswahl eines passenden Blog-Themas:

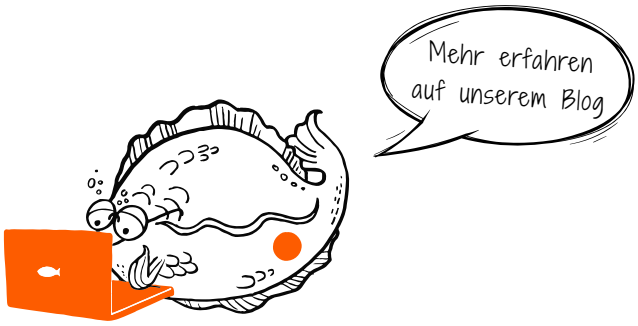
→ **Branchenrelevanz**
Dein Blog-Thema sollte sich auf deine Branche und dein Unternehmen beziehen. Es sollte relevante Informationen, Tipps oder Ressourcen bieten, die für deine potenziellen Kunden von Interesse sind. Beleuchte auf deinem Blog Themen, die mit deinen Produkten oder Dienstleistungen in Zusammenhang stehen.

→ **Kundenbedürfnisse**
Denk darüber nach, welche Fragen und Probleme deine Kunden haben könnten. Dein Blog kann dazu dienen, diese Bedürfnisse zu adressieren und Lösungen anzubieten. Dies zeigt deinen Kunden, dass du ihre Anliegen verstehst und ihnen Mehrwert bietest.

→ **Wettbewerbsanalyse**
Untersuche, welche Themen deine Mitbewerber in ihren Blogs behandeln. Identifiziere Lücken oder Chancen, die du nutzen könntest, um dich von der Konkurrenz abzuheben.

→ **Langfristige Relevanz**
Wähle Themen aus, die langfristig relevant sind. Ein Blog sollte dazu dienen, kontinuierlich Traffic und Interaktion zu generieren. Themen, die aktuell und zeitlos sind, können dir dabei helfen, langfristigen Erfolg zu erzielen.

goldbutt Profi-Tipp:
Bei trends.google.de und answerthepublic.com lassen sich hervorragend Trends recherchieren.



Kapitel 3:

Content-Strategie für KMU

Erstellung von Inhalten, die deine Zielkunden ansprechen

Der Schlüssel zu einem erfolgreichen Blog liegt darin, Inhalte zu produzieren, die deine Zielgruppe interessieren und ansprechen.

Diese Schritte helfen dir dabei:

→ **Kundenrecherche**
Du musst deine Zielgruppe gut kennen. Welche Fragen haben deine Kunden? Welche Probleme möchten sie lösen? Welche Themen interessieren sie? Eine gründliche Recherche deiner Zielkunden kann dir dabei helfen, relevante Themen zu identifizieren.

→ **Relevante Themen**
Basierend auf deiner Recherche kannst du Themen auswählen, die für deine Zielkunden relevant sind. Diese Themen sollten sich idealerweise mit den Produkten oder Dienstleistungen decken, die du anbietest.

→ **Kreativität und Mehrwert**
Versuche, kreative Ansätze für deine Themen zu finden. Biete deinen Lesern einen Mehrwert, sei es durch tiefergehende Informationen, praktische Ratschläge oder unterhaltsame Geschichten.

Diese Inhalte eignen sich bestens für Blog-Beiträge:

→ Teile Einblicke: Biete Einblicke in aktuelle Branchentrends, Herausforderungen und Entwicklungen. Zeige, dass du die Entwicklungen in deiner Branche verstehst.

→ Geschichten aus deinem Unternehmen: Erzähle Geschichten aus dem Inneren deines Unternehmens. Dies kann Einblicke in die Unternehmenskultur, Erfolgsgeschichten von Kunden oder Mitarbeiterprofile umfassen.

→ Gastbeiträge und Interviews: Lade Experten aus deiner Branche ein, Gastbeiträge zu schreiben oder Interviews zu geben. Dies kann deinem Blog zusätzliche Glaubwürdigkeit verleihen.

Planung von Blog-Beiträgen, die die Bedürfnisse deiner Kunden erfüllen

Eine strukturierte Planung ist der Schlüssel zur Konsistenz und Effektivität deines Blogs.

So kannst du Blog-Beiträge planen:

→ Content-Kalender

Erstelle einen Content-Kalender, der festlegt, wann du welche Beiträge veröffentlichen möchtest. Dies hilft dir, einen regelmäßigen Veröffentlichungszeitplan einzuhalten. Lege Veröffentlichungsdaten für jeden Beitrag fest. Diese Daten sollten realistisch sein und genügend Zeit für die Erstellung und Bearbeitung des Inhalts lassen. Zwar ist es grundsätzlich ratsam, häufig Beiträge zu veröffentlichen, am förderlichsten neben der Frequenz ist allerdings die Qualität der Beiträge und vor allem die Regelmäßigkeit ihrer Veröffentlichung. Nur so kann ein Blog stetig wachsen.

Kleine Unternehmen & Startups (mit begrenzten Ressourcen) sollten 1–4 Beiträge pro Monat veröffentlichen:

- Fokus auf hochwertige Inhalte statt Masse
- SEO-optimierte, gut recherchierte Blogposts
- Evergreen-Content, der langfristig Traffic generiert

Mittelständische Unternehmen und Agenturen sollten 1–2 Beiträge pro Monat veröffentlichen:

- Mischung aus Evergreen-Content, aktuellen Trends und Fallstudien
- Verstärkter Fokus auf Lead-Generierung
- Förderung von organischem SEO-Wachstum

→ Themenrecherche

Nutze Tools wie Keyword-Recherche, um die relevantesten Themen für deine Branche und Zielgruppe zu identifizieren.

→ Content-Typen

Überlege, welche Arten von Inhalten du erstellen möchtest. Dies können informative Artikel, Anleitungen, Interviews, Infografiken oder Videos sein.

→ Schreibplan

Erstelle einen groben Schreibplan für jeden Beitrag, einschließlich einer Übersicht über die Hauptpunkte und den gewünschten Schreibstil.

→ Verantwortlichkeiten

Bestimme, wer für die Erstellung, Bearbeitung und Veröffentlichung jedes Blog-Beitrags verantwortlich ist. Teile die Aufgaben entsprechend den Fähigkeiten und Expertise deines Teams auf.

→ Saisonalität

Plane Blogbeiträge im Voraus, die zu saisonalen Ereignissen oder Feiertagen passen. Dies kann helfen, die Relevanz deiner Inhalte zu erhöhen und die Aufmerksamkeit der Leser zu gewinnen.

→ Überprüfung

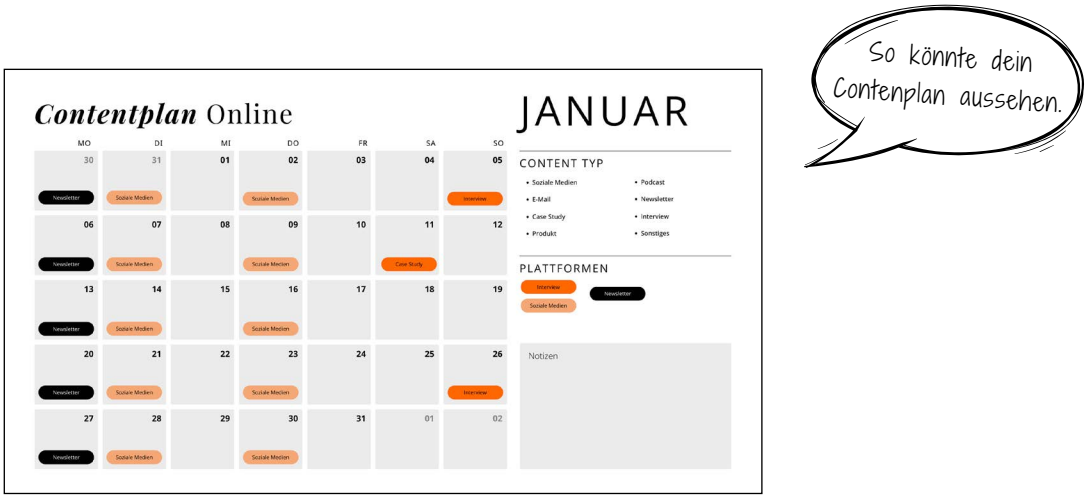
Aktualisiere deinen Redaktionsplan regelmäßig und überprüfe den Fortschritt. Stelle sicher, dass du die geplanten Veröffentlichungen einhältst und genügend Inhalte für zukünftige Beiträge hast.

→ Flexibilität

Sei flexibel in deinem Redaktionsplan, um auf aktuelle Ereignisse oder Trends reagieren zu können. Es ist wichtig, dass dein Plan anpassungsfähig bleibt, um auf veränderte Bedürfnisse deiner Zielgruppe einzugehen.

→ Tools

Verwende Tools wie Asana, Trello, Excel, Google Sheets oder Content-Management-Systeme (CMS) mit integrierten Redaktionsplan-Funktionen, um deinen Plan zu erstellen und zu verwalten.



Verfassen von Blog-Beiträgen, die deine Kunden gerne lesen

Blog-Beiträge sollen informativ, aber leicht verdaulich sein. Je besser du deine Texte strukturierst und je verständlicher dein Schreibstil ist, desto länger verweilen deine Leser auf deinem Blog. Automatisch nehmen sie dich als Experte innerhalb deiner Branche wahr und schenken dir ihr Vertrauen. Aus Lesern werden somit leichter Kunden.

Achte beim Schreiben deiner Beiträge auf diese Punkte:

→ **Stil**

Halte deinen Schreibstil klar, präzise und leicht verständlich. Vermeide zu technische oder komplexe Fachbegriffe, es sei denn, deine Zielgruppe besteht aus Experten auf diesem Gebiet. Komme möglichst ohne Schachtelsätze aus.

→ **Struktur**

Strukturiere deinen Blog-Beitrag in Abschnitte und Unterüberschriften, um den Text übersichtlicher zu gestalten und das Lesen zu erleichtern. Nutze Aufzählungen oder Nummerierungen, um wichtige Punkte hervorzuheben und den Inhalt leicht verdaulich zu machen. Füge Bilder, Grafiken oder Videos ein, um den Beitrag visuell ansprechender zu gestalten und das Interesse der Leser zu wecken. Blogbeiträge mit Bildern erzielen 94 % mehr Aufrufe als solche ohne visuelle Elemente (Quelle: ADPUSHUP.com).

→ **Eingängige Einleitung**

Beginne mit einer fesselnden Einleitung, die das Thema einführt und die Leser neugierig macht. Stelle das Problem oder die Frage vor, die im Beitrag behandelt wird.

→ **Ansprechende Überschriften**

Überschriften sind entscheidend, um das Interesse der Leser zu wecken und sie dazu zu bringen, den Beitrag zu lesen. Und auch für die Suchmaschinenoptimierung sind aussagekräftige Überschriften essentiell. Verwende klare, aussagekräftige und relevante Überschriften, die das Hauptthema des Beitrags widerspiegeln. Versuche, neugierig machende Überschriften zu erstellen, die eine Lösung, ein Versprechen oder einen Nutzen für den Leser vermitteln. Verwende nach Möglichkeit Schlagwörter (Keywords) bereits in den Überschriften.

→ Blogbeitrag-Länge

Die optimale Blog-Post-Länge beträgt laut statistischen Analysen zwischen 1.600 und 2.500 Wörtern. (Quelle: https://seoagentur-hamburg.com/die-ideale-blogartikel-laenge/)

→ Glaubwürdige Quellen und Nachweise

Wenn du Fakten oder Statistiken verwendest, stelle sicher, dass du sie aus vertrauenswürdigen Quellen beziehst und diese ordnungsgemäß zitierst.

→ Call-to-Action (CTA):

Am Ende des Beitrags solltest du den Lesern klare Handlungsaufrufe geben. Dies könnten beispielsweise die Aufforderung zum Kommentieren, Teilen in sozialen Medien, Abonnieren des Blogs oder zum Kauf eines Produkts sein.

→ Verlinkungen

Verlinke zu relevanten internen und externen Quellen, um den Wert des Beitrags zu steigern und die Glaubwürdigkeit zu erhöhen.

→ Lektorat und Korrektur

Eine sorgfältige Überprüfung der Blogbeiträge auf Rechtschreibung, Grammatik und Verständlichkeit ist wichtig, um professionelle und fehlerfreie Inhalte zu gewährleisten.

> ***Gute Blog-Inhalte entstehen nicht aus dem Nichts; sie sind das Ergebnis sorgfältiger Recherche, die die Expertise untermauert und den Lesern echten Mehrwert bietet.***
>
> Hannah Rehman – SEO-Managerin goldbutt

Suchmaschinen-optimierung, damit man deinen Blog auch findet

Kapitel 4:

SEO-Strategien für KMU-Blogs

Keyword-Recherche und -Optimierung

Suchmaschinenoptimierung (SEO) bezieht sich auf Techniken, die angewendet werden, um die Sichtbarkeit deiner Blog-Beiträge in den Suchmaschinenergebnissen zu verbessern. Ein wichtiger Schritt, um in den Suchmaschinenergebnissen sichtbar zu sein, ist die Identifizierung der richtigen Keywords.

Hier sind einige Schritte, wie du das anpacken kannst:

→ **Recherche relevanter Keywords**
Führe eine gründliche Keyword-Recherche durch, um relevante Suchbegriffe zu identifizieren, die in deinem Blog-Beitrag verwendet werden können. Verwende Tools wie den Google Keyword Planner, Answer the Public, Google Trends oder andere Keyword-Recherche-Tools, um herauszufinden, nach welchen Begriffen deine Zielgruppe sucht.

→ **Integration in deine Inhalte**
Einmal identifizierte Keywords sollten in deine Blog-Beiträge integriert werden. Verwende sie in Überschriften, Absätzen und Meta-Beschreibungen, aber achte darauf, dass sie natürlich klingen und relevant für den Inhalt sind. Die Verwendung sollte organisch und sinnvoll sein und nicht erzwungen wirken, außerdem den Lesefluss nicht stören (kein Keyword Stuffing). Nutze Synonyme und verwandte Begriffe, um die Keyword-Vielfalt zu erhöhen und den Inhalt für Suchmaschinen und Leser attraktiver zu machen.

> ***Wenn man bedenkt, dass es beim Content Marketing nicht nur darum geht, Content zu erstellen, sondern auch darum, Traffic zu bekommen, sollte SEO ein Grundstein in jedem Repertoire eines Content Marketers sein.***
>
> Rand Fishkin – Marketing Profi

On-Page- und Off-Page-SEO-Tipps

goldbutt Profi-Tipp:
Regelmäßige Überarbeitung lohnt sich: Etwa 74 % der Blogger aktualisieren ihre alten Beiträge, was zu einer Steigerung des Engagements und besseren Rankings führt.

On-Page-SEO bezieht sich auf Optimierungen direkt auf deiner Website, während Off-Page-SEO Aktivitäten außerhalb deiner Website umfasst, um deine Sichtbarkeit zu steigern.

Hier sind einige Tipps für beides:

→ On-Page-SEO

- Sorge für eine benutzerfreundliche Website-Struktur und Navigation.

- Optimiere die Ladezeiten deiner Seiten, da schnelle Websites in den Suchergebnissen bevorzugt werden. Durch die Optimierung von Bildern, z. B. durch Komprimierung und Verwendung von Formaten wie JPEG oder WebP, kannst du die Dateigröße reduzieren (optimal sind unter 200 kb) und die Ladezeiten verbessern.

- Verwende Header-Tags (H1, H2, H3 usw.) für klare Strukturierung deiner Inhalte. Die Überschriftenhierarchie spielt eine wichtige Rolle für die Suchmaschinenoptimierung (SEO), da sie Suchmaschinen wie Google dabei hilft, den Inhalt einer Webseite zu verstehen und zu indexieren.

- Stelle sicher, dass deine Bilder optimiert sind.
    - **Dateinamen optimieren:** Verwende für deine Bilder aussagekräftige Dateinamen, die das Thema des Bildes widerspiegeln. Vermeide generische Namen wie „IMG123.jpg“ und nutze stattdessen Keywords, um die Relevanz für Suchmaschinen zu erhöhen. Zum Beispiel: „seo-tipps-blogbeitrag.jpg“.
    - **Bild-Alt-Texte verwenden:** Alt-Texte sind Beschreibungen, die für Bilder bereitgestellt werden und von Bildschirmlesern und Suchmaschinen verwendet werden, um den Inhalt eines Bildes zu verstehen. Nutze relevante Keywords im Alt-Text, um die SEO zu verbessern, aber achte darauf, dass die Beschreibung immer noch präzise und informativ ist.
    - **Bildgröße optimieren:** Achte darauf, dass deine Bilder für das Web optimiert sind, um die Ladezeiten zu verbessern. Komprimiere die Bilddateien auf max. 200 kb, um ihre Größe zu reduzieren, ohne die Bildqualität wesentlich zu beeinträchtigen. Langsame Ladezeiten können sich negativ auf das SEO-Ranking auswirken.

- **Bildbeschreibungen und Bildunterschriften verwenden:** Nutze Bildbeschreibungen und Bildunterschriften, um zusätzlichen Kontext und Informationen bereitzustellen. Dies kann dazu beitragen, die Relevanz des Bildes für Suchmaschinen zu erhöhen und die Benutzererfahrung zu verbessern.
- **Bildformat wählen:** Wähle das richtige Bildformat für deinen Inhalt. JPEG ist ideal für Fotografien oder Bilder mit vielen Farben, während PNG besser für Grafiken mit transparentem Hintergrund oder Text geeignet ist. Das neue WebP-Format bietet auch eine gute Möglichkeit, Bilder bei hoher Qualität und kleiner Dateigröße zu speichern.

- Optimiere deine Meta-Tags, wie den Titel-Tag und die Meta-Beschreibung, um die Suchmaschinen zu informieren, worum es in deinem Blogbeitrag geht. Meta-Tags sind HTML-Elemente, die Informationen über eine Webseite bereitstellen und von Suchmaschinen wie Google genutzt werden, um den Inhalt einer Seite zu verstehen und in den Suchergebnissen anzuzeigen. Die beiden wichtigsten Meta-Tags für SEO sind der Titel-Tag und die Meta-Beschreibung.
    - **Titel-Tag:** Der Titel-Tag ist ein Meta-Tag, der den Titel einer Webseite angibt. Er erscheint als blauer Link in den Suchergebnissen einer Suchmaschine und fungiert als erster Eindruck für potenzielle Besucher. Es ist wichtig, dass der Titel prägnant und aussagekräftig ist und die Hauptthemen des Blogbeitrags anspricht. Optimiere den Titel-Tag, indem du relevante Keywords einfügst, die das Hauptthema des Beitrags widerspiegeln. Ein gut optimierter Titel-Tag kann dazu beitragen, dass deine Webseite in den Suchergebnissen höher gerankt wird und mehr Klicks erhält.
    - **Meta-Beschreibung:** Die Meta-Beschreibung ist ein kurzer Absatz, der den Inhalt einer Webseite zusammenfasst. Sie erscheint unter dem Titel-Tag in den Suchergebnissen und gibt den Nutzern einen Vorgeschmack darauf, was sie auf der Seite erwartet. Die Meta-Beschreibung sollte ansprechend und informativ sein und die wichtigsten Punkte des Blogbeitrags hervorheben. Verwende auch hier relevante Keywords, um die Suchmaschinen zu informieren, worum es in deinem Beitrag geht. Eine gut geschriebene Meta-Beschreibung kann dazu beitragen, dass mehr Nutzer auf den Link klicken und deine Webseite besuchen.

→ Off-Page-SEO

- Erstelle hochwertigen, teilbaren Content, um natürliche Backlinks von anderen Websites zu erhalten.

- Nutze Social-Media-Plattformen, um deine Inhalte zu teilen und deine Reichweite zu erhöhen.

- Erwäge Gastbeiträge auf anderen Blogs oder Websites, um deine Autorität und Sichtbarkeit zu steigern.

Backlink-Aufbaustrategien

Backlinks sind Verlinkungen von anderen Websites zu deinem Blog, und sie sind ein wichtiger SEO-Faktor.

Hier sind einige Strategien, um Backlinks aufzubauen:

→ **Qualitativ hochwertiger Content**
Erstelle Inhalte, die so nützlich und informativ sind, dass andere Websites sie gerne verlinken möchten.

→ **Kontakte in der Branche**
Vernetze dich mit anderen Bloggern und Websites in deiner Branche. Kooperationen und Gastbeiträge können zu Backlinks führen.

→ **Link-Rückverfolgung**
Verwende Tools, um zu überwachen, wer auf deine Website verlinkt, und pflege diese Beziehungen. Empfehlung: www.backlink-tool.org

Einfach und schnell zum Ziel kommen ist hier die Devise.

Kapitel 5:

Benutzer-freundliches Blog-Design für KMU

Optimierung für mobile Geräte und schnelle Ladezeiten

Mobile Geräte sind heutzutage die Hauptquelle für den Zugriff auf das Internet. Deshalb ist es wichtig, sicherzustellen, dass dein Blog für Mobilgeräte optimiert ist.

Hier sind einige Tipps:

goldbutt Profi-Tipp:
Mehr als die Hälfte des weltweiten Web-Traffics (ca. 54%) erfolgt über mobile Geräte!

→ **Responsives Design**
Verwende ein responsives Design, das sich automatisch an die Bildschirmgröße des Benutzers anpasst.

→ **Mobile Navigation**
Stelle sicher, dass die Navigation auf Mobilgeräten einfach und benutzerfreundlich ist. Verwende Menüs, die leicht zu bedienen sind.

→ **Schnelle Ladezeiten**
Reduziere die Ladezeiten deiner Seiten, indem du Bilder komprimierst, Browser-Caching aktivierst und auf überflüssige Plugins verzichtest.

Info: Browser-Caching ist eine Technik, bei der statische Ressourcen wie Bilder, CSS-Dateien, JavaScript-Dateien und andere Webinhalte im Zwischenspeicher (Cache) des Browsers eines Benutzers gespeichert werden. Dadurch können diese Ressourcen beim erneuten Besuch derselben Webseite schneller geladen werden, da der Browser sie nicht erneut vom Webserver herunterladen muss. Um Browser-Caching zu implementieren, können Webentwickler die entsprechenden HTTP-Header in den Serverantworten konfigurieren, um den Browsern mitzuteilen, wie lange sie Ressourcen im Cache speichern sollen. Dies kann dazu beitragen, die Ladezeiten von Webseiten zu verbessern und die Effizienz des Webserverbetriebs zu erhöhen.

Verwendung von Bildern und Videos zur Steigerung der Anziehungskraft

Visuelle Elemente wie Bilder und Videos können die Attraktivität deines Blogs erheblich steigern.

Hier sind einige Möglichkeiten, wie du sie effektiv einsetzen kannst:

→ **Relevante Bilder**
Verwende hochwertige Bilder, die zu deinem Inhalt passen und die Botschaft deines Beitrags unterstützen.

→ **Infografiken**
Erstelle aussagekräftige Infografiken, um komplexe Informationen visuell darzustellen.

→ **Videos**
Füge Videos hinzu, um deinen Inhalt aufzulockern und zu diversifizieren. Videoinhalte sind oft sehr ansprechend. Aber Achtung: Videos führen zu höheren Ladezeiten. Sie sollten also immer mit Bedacht implementiert werden.

Bedeutung von visuellen Inhalten:

→ Einsatz von Bildern: Blogbeiträge mit Bildern erzielen 94 % mehr Aufrufe als solche ohne visuelle Elemente. (Quelle: Adpushup)

→ Mehrere Bilder erhöhen den Traffic: Beiträge mit mehr als sieben Bildern erhalten 116 % mehr organischen Traffic im Vergleich zu Beiträgen ohne Bilder.

Integration von Calls-to-Action (CTAs) zur Kundenbindung

CTAs sind Handlungsaufrufe, die deine Leser dazu ermutigen, bestimmte Aktionen auszuführen, wie das Abonnieren deines Newsletters, das Teilen deines Beitrags oder das Kaufen deiner Produkte oder Dienstleistungen.

Hier sind einige Tipps zur Integration von CTAs:

→ **Platzierung**
Platziere CTAs an strategischen Stellen innerhalb deiner Blog-Beiträge, z. B. am Anfang, in der Mitte und am Ende.

→ **Klare Anweisungen**
Verwende eine klare und ansprechende Sprache in deinen CTAs, um die gewünschte Handlung zu fördern.

→ **Anreize**
Biete Anreize, wie z. B. exklusive Angebote oder informative Ressourcen, um die Bereitschaft der Leser zur Interaktion zu erhöhen.

So könnte dein CTA aussehen.

Wie du deinen Expertenblog für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bekannt machen kannst.

Kapitel 6:

LinkedIn-Post für KMU

Deinen KMU-Expertenblog erfolgreich vermarkten – so geht's!

Du hast viel Herzblut in deinen Blog gesteckt und spannende Inhalte erstellt – jetzt ist es an der Zeit, dein Wissen zu teilen! Hier sind fünf effektive Wege, um deinem Expertenblog mehr Sichtbarkeit zu verschaffen:

→ **Relevante Netzwerke nutzen**
Teile deine Blogartikel in LinkedIn-Gruppen und Foren, die sich speziell an KMU richten. So erreichst du genau die Zielgruppe, die von deinem Know-how profitieren kann.

→ **Gastbeiträge schreiben**
Kooperiere mit anderen Branchenexperten und Plattformen, die ein ähnliches Zielpublikum haben. Ein Gastbeitrag auf einem bekannten KMU-Blog bringt dir neue Leser und stärkt dein Netzwerk.

→ **Strategisches E-Mail-Marketing einsetzen**
Sammle Newsletter-Abonnenten und verschicke regelmäßig Updates zu neuen Artikeln. Eine kurze Vorschau oder ein Tipp aus dem Artikel kann die Leser neugierig machen und zu mehr Blogbesuchen führen.

→ **Social Media Präsenz aufbauen**
Nutze LinkedIn, Facebook und Instagram, um kurze Auszüge oder Zitate aus deinem Blog zu teilen. Verwende #Hashtags, um eine größere Reichweite zu erzielen und ziehe kurze Videos oder Grafiken in Betracht, die deinen Content spannend präsentieren.

goldbutt Profi-Tipp:
Am Ende jedes Blogbeitrags eine Handlungsaufforderung hinzufügen, wie z. B. „Teile diesen Artikel mit deinem Netzwerk, wenn er dir weitergeholfen hat." – so kann dein Content weiter verbreitet werden!

Nicht zu unterschätzen!

Kapitel 7:

Erfolgsmessung

Wie und warum du den Erfolg deines Blogs messen solltest

Es ist wichtig, den Erfolg des eigenen Blogs zu messen, um zu verstehen, welche Inhalte und Strategien am effektivsten sind. Dies ermöglicht es, gezielt an Verbesserungen zu arbeiten und den Mehrwert für die Leserschaft zu maximieren.

So kannst du deinen Blog-Erfolg messen:

→ Ziele definieren

Bevor du mit der Analyse beginnst, solltest du klare Ziele für deinen Blog festlegen. Möchtest du beispielsweise mehr Traffic generieren, Leads sammeln oder die Verweildauer erhöhen? Indem du deine Ziele definierst, kannst du die richtigen Metriken auswählen, um den Erfolg zu messen.

Info: Leads sind potenzielle Kunden oder Interessenten, die ihr Interesse an den Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens bekundet haben, indem sie ihre Kontaktdaten wie Name, E-Mail-Adresse, Telefonnummer usw. hinterlassen haben.

→ Seitenaufrufe und Verweildauer

Überwache die Seitenaufrufe und die Verweildauer auf deinem Blog. Seitenaufrufe zeigen, wie oft deine Blog-Beiträge angesehen wurden, während die Verweildauer angibt, wie lange die Nutzer auf der Seite verbracht haben. Eine höhere Anzahl von Seitenaufrufen und längere Verweildauer deuten darauf hin, dass deine Inhalte ansprechend und interessant sind.

→ A/B-Tests durchführen

Führe A/B-Tests durch, um zu erfahren, welche Inhalte oder Überschriften besser funktionieren. Vergleiche verschiedene Varianten deiner Blogbeiträge, um herauszufinden, welche die besten Ergebnisse erzielen.

→ Engagement analysieren

Überwache das Engagement deiner Leser, zum Beispiel durch Kommentare, Social-Media-Shares oder Interaktionen. Ein hohes Maß an Engagement zeigt, dass deine Inhalte ansprechend sind und eine aktive Community entsteht.

Tools zur Erfolgsmessung für KMU-Blogs

Die Messung des Erfolgs deines Blogs ist entscheidend, um deine Strategie zu optimieren.

Hier sind einige Tools, die dir dabei helfen können:

→ Analyse-Tools

Google Analytics, Matomo oder Fathom bieten Einblicke in deine Blog-Performance, einschließlich Traffic, Verweildauer, Conversion-Raten und vieles mehr.

Info: Die Conversion-Rate ist eine wichtige Kennzahl im Bereich des Online-Marketings, die angibt, wie effektiv eine Website oder eine Marketingkampagne darin ist, Besuche in Aktionen umzuwandeln, die für das Unternehmen von Wert sind. Eine Conversion kann je nach den Zielen eines Unternehmens unterschiedliche Handlungen umfassen, wie z. B. einen Kauf tätigen, ein Formular ausfüllen, sich für einen Newsletter anmelden, eine Anfrage stellen oder einen Download durchführen.

→ E-Mail-Marketing-Tools

Wenn du E-Mail-Marketing verwenden, also z. B. Newsletter verschicken möchtest, in denen du idealerweise auf deinen Blog verlinken kannst, nutze Tools wie CleverReach oder ActiveCampaign, um den Erfolg deiner Kampagnen zu verfolgen.

→ Strategien zur Steigerung der Leserbindung und Conversion-Rate

Die Bindung deiner Leser und die Steigerung der Conversion-Rate sind Schlüsselkomponenten für den Erfolg deines Blogs. Definiere, was eine Conversion für deinen Blog bedeutet. Es kann sich dabei zum Beispiel um das Abonnement deines Newsletters, das Herunterladen eines E-Books oder das Ausfüllen eines Kontaktformulars handeln. Verfolge die Conversions und analysiere, welche Inhalte die höchsten Conversionrates erzielen.

Hier sind einige Strategien:

→ **Hochwertiger Content:** Biete kontinuierlich hochwertigen und relevanten Content an, der die Bedürfnisse deiner Zielgruppe erfüllt.

→ **Interaktive Inhalte:** Füge interaktive Elemente wie Umfragen, Abstimmungen oder Quizfragen in deine Beiträge ein, um das Engagement zu steigern.

→ **E-Mail-Marketing:** Baue eine E-Mail-Liste auf und nutze sie, um regelmäßig per Newsletter mit deinen Lesern in Kontakt zu treten und sie über neue Inhalte oder Angebote zu informieren.

→ **Optimierung der Website:** Stelle sicher, dass deine Website benutzerfreundlich ist und einen klare Call-to-Action enthält, um die Conversion-Rate zu erhöhen.

Hier bekommt ihr konkrete Tool-Tipps!

Kapitel 8:

Ressourcen für KMU

Empfehlungen für KMU-freundliche Blogging-Tools und Ressourcen

→ **WordPress**
Als beliebte Blogging-Plattform bietet WordPress eine Fülle von Themes, Plugins und Erweiterungen, die speziell auf die Bedürfnisse von KMU zugeschnitten sind. Es ist benutzerfreundlich und bietet viele Anpassungsmöglichkeiten.

→ **Canva**
Canva ist ein großartiges Grafikdesign-Tool, mit dem du ansprechende Grafiken, Bilder und Infografiken für deinen Blog erstellen kannst, ohne auf teure Designsoftware angewiesen zu sein.

→ **CleverReach**
Wenn du E-Mail-Marketing betreibst, ist CleverReach eine benutzerfreundliche Plattform, die speziell auf KMU zugeschnitten ist. Du kannst E-Mail-Kampagnen erstellen und verwalten, um deine Leser zu erreichen.

→ **TRELLO**
Um allein oder im Team Ideen für Blogbeiträge zu sammeln und zu strukturieren, eignet sich TRELLO perfekt.

→ **ChatGPT**
ChatGPT eignet sich als gutes KI-Tool zum Bloggen, da es vielseitige Informationen und Ideen liefern kann, um qualitativ hochwertige Inhalte zu generieren und den Schreibprozess effizient zu unterstützen.

→ **Neuroflash**
Hier schreibt dir eine KI völlig automatisiert Texte wie Blog-Beiträge, E-Mails oder Zusammenfassungen. Neuroflash kommt aus Deutschland und ist damit für deutsche Texte optimiert. Es ist ebenfalls ein beliebter KI-Generator für Bilder.

goldbutt Profi-Tipp:
Immer dran denken: Die KI unterstützt uns Menschen und ersetzt uns nicht. Selber denken und Inhalte prüfen ist nach wie vor hilfreich. ;-))

Jetzt kannst du dich ins Abenteuer Blogging stürzen!

Kapitel 9:

Fazit

Fazit

→ Herzlichen Glückwunsch!

Du hast jetzt einen umfassenden Überblick darüber, wie ein Blog deinem kleinen oder mittelständischen Unternehmen (KMU) enormen Nutzen bringen kann. Von der Steigerung der Online-Sichtbarkeit bis hin zur direkten Interaktion mit deiner Zielgruppe – ein Blog ist ein kraftvolles Werkzeug, um deine Marke zu stärken.

Nutze die vielfältigen Ressourcen und Tipps aus diesem Guide, um deinen eigenen Unternehmensblog zu starten. Eröffne die Möglichkeit, Fachwissen zu teilen, Kunden zu informieren und letztendlich dein Geschäftswachstum zu fördern.

Nicht kleckern, sondern klotzen! Ein Blog ist der Schlüssel, um deinem Unternehmen eine starke Präsenz im digitalen Raum zu verschaffen. Viel Erfolg bei deinem Blogging-Abenteuer!

Noch mehr Tipps findest du auf unserem Blog!

Nice to know – Hier noch ein paar spannende Infos:

→ **Unternehmen**, die regelmäßig bloggen, erhalten durchschnittlich 97 % mehr Links auf ihre Website.

→ **Blog-Posts**, die mehr als 1.000 Wörter enthalten, erhalten im Durchschnitt 77 % mehr Backlinks.

→ **Content-Marketing** kostet etwa 62 % weniger als traditionelle Werbung und generiert dennoch etwa drei Mal so viele Leads.

goldbutt communication

Die Zukunft *deines Blogs* beginnt hier!

Du hast Fragen, Anregungen, Aufträge?
Melde dich gern direkt bei Hannah Rehmann unter
Telefon: 04322 448 98 72 00
E-Mail: hr@goldbutt.de