

DESHALB IST GUTER SEO-CONTENT UNVERZICHTBAR FÜR IT-UNTERNEHMEN

Ob Ihre firmeneigene Webseite oder Ihr Firmen-Blog, auf textliche Inhalte können Sie im Internet nicht verzichten. Als IT-Unternehmen haben Sie die Herausforderung zu meistern, alte und neue Kunden zu überzeugen und zur gleichen Zeit Ihre fachliche Kompetenz zu präsentieren. Zudem soll Ihr Content Google überzeugen, also den wichtigsten Richtlinien der Suchmaschinenoptimierung (SEO) folgen. Weshalb dies wichtig ist und wie Sie dies erreichen, zeige ich Ihnen in diesem Artikel.

SEO-CONTENT – MASSGEBLICH FÜR IHREN DIGITALEN ERFOLG

Als IT-Unternehmen sind Sie in einer gefragten Zukunftsbranche tätig und bieten Dienstleistungen, die gefragt sind. Mit einer steigenden Zahl an Konkurrenten ist es für Ihren wirtschaftlichen Erfolg wichtig, schnell und direkt im Internet gefunden zu werden. Der beste Weg hierfür: Interessenten bei Google-Suchanfragen abzuholen und in Leads oder Kunden zu verwandeln.

Die Top-Positionen bei Google sind bei vielen relevanten Suchbegriffen Ihrer Branche hart umkämpft. Durch die richtigen Inhalte auf Ihrer Webseite nach den Maßstäben der SEO sind Sie in der Lage, sich über Ihre Konkurrenz zu stellen. Hierfür müssen Sie Google vom Mehrwert Ihrer Seite überzeugen, wobei zahllose Bewertungskriterien in den Google-Algorithmus einfließen. Für Ihren digitalen Erfolg sollten Sie sich dieser Aufgabe stellen, um Ihren Wettbewerbern nicht kampfflos das Feld zu überlassen.

Die Top-Positionen bei Google sind bei vielen relevanten Suchbegriffen hart umkämpft.

INHALT IST NICHT GLEICH INHALT

Natürlich verfügt Ihre aktuelle Firmenseite bereits über Inhalte. Gleiches gilt für Ihren Firmenblog oder Ihren Einsatz von sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram. Für neue Erfolge im Google-Ranking kommt es auf die richtigen Inhalte an, mit denen Sie den menschlichen Betrachter genauso wie den Google-Algorithmus überzeugen sollten. Wichtige Kriterien sind hierbei:

- Die Texte sollten einen echten Mehrwert aufweisen.
- Die Inhalte machen Ihre fachliche Kompetenz deutlich.
- Die Texte verfügen über eine kluge Struktur und Formatierung.
- Ihr Content umfasst grundlegende SEO-Elemente wie Keywords und Backlinks.
- Sämtliche Inhalte sind in ein modernes Webdesign eingebunden.

Alle Faktoren zusammen zu erfüllen, fällt vielen Betreibern von Webseiten schwer. Die praktische Erfahrung zeigt, dass zahllose IT-Profis umfassendes Fachwissen mitbringen, jedoch nicht die geborenen Texter sind. Hier hilft es, mit Experten dieses Bereiches zusammenzuarbeiten und Know-how mit dem richtigen SEO-Konzept zu verbinden.

ERWARTUNGSHALTUNGEN KENNEN UND NUTZEN

Bei jeder SEO-Strategie oder Kampagne im Online-Marketing werden Sie lesen, dass Ihre Texte einen „Mehrwert“ haben sollen. Der Leser

des Textes sollte nach dem Lesen der Inhalte über mehr Wissen verfügen als vorher. Die grundlegende Frage hierbei ist: Mit welchem Wissen kommt der Leser und potenzielle Kunde zu Ihnen?

Für einen hochwertigen SEO-Content sollten Sie die Erwartungshaltungen der Webseitenbesucher kennen. Handelt es sich eher um IT-Laien, die faktisch ohne Vorwissen zu Ihnen gelangen? Oder richten Sie sich mit Ihrem Webangebot an B2B-Kunden, die über umfassendes Branchenwissen verfügen? Mit einem zur Zielgruppe passenden Content erfüllen Sie die jeweiligen Google-Suchanfragen optimal und demonstrieren der Suchmaschine den Mehrwert Ihres Webangebots. Schließlich geben Experten bei der Google-Suche andere Begriffe ein als absolute Laien.

Auch auf formaler Ebene gibt es Erwartungshaltungen. Eine jüngere Zielgruppe wird kurze und kompakte SEO-Texte schätzen, ältere B2B-Kontakte stöbern gerne durch längere Fachartikel. Faktoren, wie die gewählte Gliederung und ein passender Sprachstil, spielen ebenfalls ein.

MIT GUTEM SEO-CONTENT NISCHEN BESETZEN

Guter SEO-Content ist nicht generisch. Alle auf Ihrer Webseite zu findenden Texte sollten Problemstellungen von Kunden klar ansprechen und mit der richtigen Mischung aus Information und Marketing beantworten. Dies kann bedeuten, dass die textlichen Inhalte fachliche Nischen abdecken oder für den Kundenkreis in einem bestimmten regionalen Umfeld formuliert sind.

Maßnahmen der Local SEO für eine regionale Suchmaschinenoptimierung sind längst etabliert und helfen Ihnen, die passende Zielgruppe konkret anzusprechen. Scheuen Sie sich deshalb nicht, mit Ihrem SEO-Content sehr spezifische Themen anzusprechen. Diese werden als Suchbegriffe zwar seltener eingegeben als generische Begriffe. Im Falle einer solch speziellen Suche steigern Sie die Wahrscheinlichkeit jedoch erheblich, zu neuen Leads oder Kunden zu gelangen.

5 PRAKTISCHE TIPPS FÜR GUTEN CONTENT

1. Vermeiden Sie Keyword-Spamming

Keywords als potenzielle Google-Sucheingaben sowie verwandte Begriffe sind die Basis jedes SEO-Texts. Übertreiben Sie es jedoch nicht mit Einsatz und Häufigkeit der Keywords. Was in den Anfängen von Google strategisch funktionierte, wird heute als Keyword-Spamming abgestraft.

2. Vielfältige Kommunikationskanäle nutzen

Sie betreiben bislang als IT-Unternehmen lediglich eine firmeneigene Webseite? Nutzen Sie das Potenzial anderer Kanäle und Plattformen, um spannende SEO-Inhalte zu präsentieren. Vom Blog über Social-Media bis zu Fachartikeln auf Partner-Webseiten reicht hierbei das Spektrum.

3. Langfristige Planung

Jede SEO-Strategie ist langfristig ausgerichtet. Gute Rankings bei Google zu erzielen, kann Wochen oder Monate dauern. Verlieren Sie deshalb nicht die Geduld und planen Sie Ihre SEO-Maßnahmen immer langfristig. Für spontane Maßnahmen, beispielsweise aktuelle Angebo-

te, sind Google Ads eine Alternative.

4. Nicht alle Inhalte inhouse erstellen

Als IT-Unternehmen sind Sie es vielleicht gewohnt, sämtliche betriebliche Aufgaben inhouse zu vergeben. Gerade beim Verfassen von SEO-Content lohnt es, über den Tellerrand zu schauen und auf externes Fachwissen zu vertrauen. Erfahrene Texter helfen Ihnen gerne bei der Content-Erstellung weiter.

5. Auf fachliche Experten vertrauen

Nicht jeder Texter kennt sich mit dem Themenbereich IT aus. Dies merkt man den Texten an, die oft nicht dem gewünschten fachlichen Anspruch genügen. Achten Sie deshalb bei der Auswahl externer Texter auf umfassendes Know-how, das mit der Formulierung von gutem SEO-Content für Ihre Webseite einhergeht.

MEIN FAZIT ZUR ERFOLGSMESSUNG

Sie und Ihre Mitarbeiter sind die Experten im IT-Bereich. Selbst wenn Sie ein hauseigenes Marketing-Team unterhalten, wird dieses eine fachliche Nähe aufweisen und seltener aus echten SEO-Profis bestehen. Vertrauen Sie deshalb bei der Erarbeitung und Umsetzung einer SEO-Kampagne auf einen Partner, der ein Experte in diesem Bereich ist.

Gerne stehe ich als erfahrene IT-Texterin zur Seite und berate Sie zum Thema SEO-Text, damit der Content die Zielgruppe Ihres Unternehmens genauso wie Google oder Bing überzeugt. Schaffen Sie hierdurch eine aktive Entlastung Ihres Marketing-Teams und übergeben Sie das Formulieren von starkem SEO-Content an kreative Profis mit umfassendem Wissen im IT-Bereich.



GABRIELA MAIR

Ihre Ansprechpartnerin für PR und Content

ProComm e.U.

📍 Urbangasse 21/1/11, 1170 Wien

☎ +43 1 408 57 94

📱 +43 676 908 35 71

✉ g.mair@procomm.biz

🌐 www.procomm.biz