



Iris Schuler – Gudrunstr. 26 – 40764 Langenfeld

Iris Schuler
Gudrunstr. 26
40764 Langenfeld

Telefon: 0 21 73 - 20 73 53
Mobil: 0 1 60 - 97 37 84 94

www.buchstabenschubserin.de
info@buchstabenschubserin.de
Steuernummer: 135/2568/2129

Neuer Promotiontrend: Fachartikel steigern Google Ranking Wie Sie damit besonders erfolgreich sind!

Können Sie sich heute noch vorstellen, dass ein Computer eine Fläche von 10x17 Meter braucht, 27 Tonnen wiegt und der Stromverbrauch bei 174 kw liegt oder dass das Internet eine Spinnerei von Computerfreaks ist?

Wohl kaum, denn die Bedeutung des Internets ist in den letzten Jahren enorm gestiegen und die Entwicklung steht immer noch nicht still.

Bis 2010 werden voraussichtlich

- 70 Prozent der Bevölkerung einen Internetzugang haben
- 95 Prozent aller Transaktionen online erfolgen

Bis 2015 wird voraussichtlich

- der Umgang mit PC und Internet so normal sein wie heute die Nutzung von Telefon und Fernsehen

Jeder Unternehmer hat eine Internetseite, aber nur wenige werden gefunden

Der Grund für die schnelle Entwicklung des Internets ist der hohe Nutzen. Deshalb ist es inzwischen für jeden Unternehmer fast schon ein Muss, das eigene Angebot ins Internet zu stellen.

Grobe Schätzungen sagen, dass es inzwischen 6-8 Milliarden Seiten gibt. Bei den weiter steigenden Zahlen wird die Platzierung in den gängigen Suchmaschinen immer mehr zum Thema. Durch Suchmaschinenoptimierung versuchen Sie und zahlreiche andere Unternehmen bei Google und Co ganz oben zu stehen, denn nur so werden Sie gefunden.

Jetzt gibt es einen neuen Trend, den eigenen Page Rank nachweislich zu verbessern. Es ist schon lange kein Geheimnis mehr, dass Google keine Grafiken, sondern lieber Text mag. Außerdem wissen Sie, dass Verlinkungen sich positiv auf das Seitenranking ausüben. Dann verlinken Sie Ihre Seite doch mal eben...

Neu: Kostenlose, themenbezogene Verlinkungen

Dies ist jetzt möglich mit so genannten Artikelkatalogen. Hier schreiben Sie thematisch sinnvolle Fachartikel und veröffentlichen diese in einem Artikel-Verzeichnis. Als Belohnung können Sie, je nach Anbieter, 1 – 10 Backlinks zu Ihrer eigenen Seite einbauen.

Themenbezogene Backlinks erhöhen das Ranking bei Google. Dies steigert die Bekanntheit und die Reichweite Ihrer Webseite.

Das Schöne an diesem neuen Promotion-Trend ist, dass die Veröffentlichung eines Fachartikels kostenlos ist. Doch bevor Sie sich jetzt hinsetzen und umgehend einen Artikel schreiben, den Sie dann bei 4.am oder ganz-schlau.de veröffentlichen, denken Sie bitte noch über folgendes nach:

Wie soll dieser Text aussehen? Ein paar Worte, die mal eben so hinunter geschrieben wurden, natürlich fachlich korrekt sind, aber den Leser schon nach dem ersten Absatz langweilen? - Wohl kaum.

Besser wäre es doch, wenn Ihr Artikel den Leser fesselt, wenn er neue Informationen enthält, die Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistungen interessant und spannend machen und wenn er die Sprache des Kunden spricht und emotional berührt.

Das ist ganz schön schwierig für jemanden, der dies neben seiner eigentlichen beruflichen Qualifikation tun möchte. Für einen Texter jedoch ist es ein leichtes Spiel, den Text immer genau auf dem Niveau des Lesers zu halten. Deshalb sollten Sie unbedingt verschiedene Geheimnisse professioneller Texter einbauen, die Ihren Artikel wirklich lesenswert machen.

Lesen Sie hier 3 Geheimnisse professioneller Texter ganz exklusiv

Geheimnis Nummer 1:

Wie Sie mit gezielter Recherche den Leser fesseln

Ein Text, der nichts Neues oder Überraschendes bringt, wird schnell langweilig und Sie verlieren bis zum Ende viele Ihrer Leser. Dies passiert Ihnen nicht, wenn Sie so genannte Goldstückchen in Ihren Text einbauen.

Wo sind solche Goldstückchen zu finden? Genauso wie sich die Goldgräber entlang des Klondike oder Athabasca River mit Goldpfannen und vor allem Geduld zu Beginn des 19. Jahrhunderts auf den Weg machen, müssen Sie ebenfalls mit viel Geduld zahlreiche Informationen im Internet und Bibliotheken sichten, um Goldstückchen für Ihren Text zu finden.

Besichtigen Sie die Goldstückreserven eines Texters

Lesen Sie jetzt Ausschnitte, die einen Text interessant gestalten:

- ⇒ In vielen Balkanländern kennt man keine geschmückten Tannenbäume. Vater und Sohn schlagen hier eine dreijährige Eiche und bringen den Baumstamm nach Hause. Dort bestreichen die Frauen den Stamm mit Weihrauch und Kräutern und wickeln ihn

in ein Tuch. Man sagt, der Weihnachtsklotz dient dem Christkind als Treppe auf die Erde. Am Heiligen Abend wird der Klotz verbrannt, er soll die ganze Nacht brennen.

- ⇒ 1776 wurden alle Seile der königlichen, britischen Flotte mit einem roten Faden durchflochten. Man konnte ihn nicht entfernen, ohne das Ganze zu zerstören. So war das Eigentum der Krone stets ersichtlich. 1809 schuf J.W. Goethe in seinen „Wahlverwandschaften“ daraus einen Begriff, der alles verbindet und das Ganze bezeichnet. Der Ausdruck „roter Faden“ war geboren.
- ⇒ So wurde kürzlich in einer Internetauktion angeboten: Queen A Kind Of Magic - Blue Vinyl 1986 COL Vinyl LP, Sofortkaufpreis von 4.597 US Dollar.
- ⇒ Die Sprachlernsoftware war ursprünglich dazu konzipiert, dass eine 70-jährige Türkin deutsch lernt, um alleine einen Arzt auf zu suchen. Das System funktioniert tatsächlich. Auch ein geistig behindertes Mädchen auf dem Entwicklungsstand einer 3-jährigen hat schon eine Fremdsprache erlernt.
- ⇒ Woher kommt eigentlich der Ausdruck Etikette? Der Ursprung für diese Bezeichnung liegt in Frankreich zur Zeit des Sonnenkönigs. Damals ließ der ordnungsliebende Ludwig der XIV. am gesamten Hof kleine Schilder aufstellen. Auf diesen „Etiketten“ stand alles, was seine Höflinge beachten sollten.

Es ist wirklich so: Nützliche Informationen, die Ihr Leser bei Ihnen kostenlos erhält, wirken wie Magneten, die den Leser anziehen. Der Leser fühlt sich Ihnen verpflichtet und dankbar, er wird weiter lesen und auch auf Ihren Link klicken, denn schließlich könnten da noch mehr Informationen stehen.

Geheimnis Nummer 2

Wie der Leser Ihren Text auswählt – und nicht den der Konkurrenz

In den Artikel-Katalogen findet eine grobe Einteilung nach Themen statt, bevor eine Auswahl der einzelnen Artikel ansteht. Wie gehen Sie jetzt aber vor, dass der Leser auf Ihren Text klickt und nicht auf den Ihrer Konkurrenten?

Ganz klar, eine interessante Headline muss her, denn Ihnen bleiben weniger als 5 Sekunden Zeit, das Interesse der Leser zu wecken. Und wie realisieren Sie das nun?

Es gibt eine Formel, mit der jede Headline gelingt: Die DEAN-Formel.

Dringlichkeit
Einzigartigkeit
Absolute Genauigkeit
Nutzen

Beachten Sie diese Punkte, dann erregt Ihre Headline die Aufmerksamkeit des Lesers und macht ihn neugierig. Es gibt verschiedene Wörter oder Ausdrücke, die sich besonders dazu eignen, Aufmerksamkeit zu erregen. Dazu gehören zum Beispiel:

- Entdecken

- Günstige Gelegenheit
- Kostenlos
- Jetzt
- Wie Sie...

Noch mehr Tipps für eine interessante Headline

Ebenfalls eine gute Möglichkeit, eine interessante Headline zu schreiben ist, Zahlen zu verwenden: 8 Gründe, warum oder 7 Möglichkeiten, wie...! Der Leser weiß genau, worauf Sie hinauswollen, schöpft Vertrauen und liest weiter.

Es gibt natürlich auch Ausdrucksweisen, die Sie bei einer Headline vermeiden sollten. An oberster Stelle steht, ehrlich zu bleiben. Halten Sie immer die Versprechen, die Sie dem Leser mit einer Headline machen.

Versprechen Sie etwas, was Sie nicht halten können, nur damit der Leser weiter liest, wird Ihnen das nichts bringen. Der Leser liest zwar Ihren Text, weil die Headline dazu verleitet, aber am Ende wird er enttäuscht sein und kein Vertrauen zu Ihnen und Ihrem Produkt haben.

Außerdem ist Vorsicht beim Stellen von Fragen in einer Headline geboten. Überlegen Sie sich gut, ob ein potenzieller Leser eventuell mit „Nein“ antworten könnte. Dann hat sich vielleicht auch Ihr Text erledigt.

Geheimnis Nummer 3:

Wie finden Sie den richtigen Sprachstil

Informationen sind schnell geworden und stehen inzwischen in einem sehr großen Umfang zur Verfügung. Es ist unvorstellbar, aber das Weltwissen verdoppelt sich inzwischen innerhalb weniger Jahre. Allerdings kann der menschliche Körper soviel Wissen gar nicht aufnehmen. Stellen Sie sich einfach Ihren Tagesablauf vor: Morgens vielleicht eine Zeitung, dann im Büro ein volles Eingangskorbchen, zu Hause die private Post.

Es geht nicht nur Ihnen so. Jeder Mensch muss heute wirklich selektieren, denn die ganze Informationsflut zu lesen, ist nicht mehr machbar. Die Artikelkataloge liegen in keinem Korbchen oder Briefkasten. Sie werden aktiv gelesen, weil gerade jemand bestimmte Informationen sucht. Das genau ist Ihre Chance. Nutzen Sie die Gelegenheit, dass jemand aktiv etwas über Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung lesen möchte.

Die Chancen stehen selten besser

Wo bekommen Sie sonst eine so genau differenzierte Zielgruppe? Sie haben die Tipps aus Geheimnis Nummer 2 umgesetzt und eine ansprechende Headline formuliert. Der Leser öffnet Ihren Text und beginnt zu lesen. Die Frage ist jedoch, bleibt er bei Ihrem Text oder steigt er schon bald wieder aus. Neben dem Inhalt ist die Sprache ein wichtiges Kriterium, ob weiter gelesen wird oder nicht.

Wahrscheinlich kennen Sie schon verschiedene Tipps, damit Worte begeistern und nicht langweilen.

- ⇒ präzise Formulierungen statt Allgemeinplätze:
 - Stühle und Bänke statt Sitzgelegenheiten
 - Kinder und Enkelkinder statt Nachkommenschaft
 - Regen, Schnee und Hagel statt Niederschlag

- ⇒ Verben statt Substantive
 - mitteilen statt Mitteilung machen
 - erhalten statt nach Erhalt
 - beachten statt Beachtung schenken

- ⇒ positiv statt negativ
 - zweifeln statt nicht glauben
 - schwierig statt nicht leicht
 - schnell statt nicht langsam

Lust auf ein kleines Experiment?

Zu „positiv statt negativ“ vielleicht ein kurzes Experiment: Stellen Sie sich nicht einen pinken Elefanten mit riesigen grünen Ohren vor. An was haben Sie gerade gedacht? An einen Elefanten? So wie Ihnen geht es den meisten Menschen. Das Wort „nicht“ wird schnell überlesen. Deshalb sollten Sie besser darauf verzichten.

Es gibt noch viele Regeln, die Sie beachten sollten. Darunter fällt noch „aktiv statt passiv“ oder „kurze Sätze statt Schachtelsätze“. Ist dies jedoch alles? Ist das das Handwerkszeug für ein interessantes Schreiben?

Stellen Sie sich einmal folgende Situation vor. Sie sind daran interessiert, etwas zu kaufen, aber hätten gerne mehr Informationen. Am liebsten würden Sie doch mit einem Fachmann über die verschiedenen Vor- und Nachteile sprechen. Leider ist Zeit in unserem Leben ein knappes Gut. Deshalb fällt der Besuch im Fachgeschäft häufig schon weg.

Studien belegen, dass zahlreiche Kaufentscheidungen heute über das Internet getroffen werden. Das belegt auch der „Digital Life Report“ mit einer repräsentativen Befragung deutscher Internetnutzer, durchgeführt durch TNS Infratest. Der Bericht ergab, dass das Internet bei einer Reihe von persönlichen Lebensereignissen und- entscheidungen eine wesentliche Rolle spielt.

Wie Ihr Fachartikel Kaufentscheidungen beeinflussen kann

In der Phase der Kaufentscheidung surft Ihr potenzieller Kunde im Internet und stößt auf Ihren Artikel in einem Artikelkatalog. Übrigens ist das Google-Ranking bei vielen Katalogen sehr gut. Gute Voraussetzungen, dass ein Fachartikel auch gefunden wird. Jetzt öffnet der Leser Ihren Text und was sucht er eigentlich? Er braucht einen Ersatz für das persönliche Verkaufsgespräch.

Deshalb: Wenn Sie mit einem Text irgendwie etwas verkaufen wollen, schreiben Sie so nah wie möglich an der gesprochenen Sprache. Das klingt jetzt vielleicht banal, aber das ist gar nicht so einfach, denn es hat uns niemand beigebracht, sozusagen im Plauderton zu schreiben. Schon in der Schule war eher eine formelle Sprache gefragt, später dann eine akademische Schreibweise.

Möchten Sie jedoch etwas verkaufen, dann sollte es eine sehr informelle Sprache sein. Es könnte Ihnen eine Hilfe sein, wenn Sie sich vorstellen, dass Sie einem Freund einen Brief über Ihr Produkt schreiben, mit einem Bekannten telefonieren oder in ein Diktiergerät sprechen.

Mit der Zeit lernen Sie dann, nicht nur gesprochene Wörter und Sätze zu Papier zu bringen, sondern auch Ihrem Text ein Augenzwinkern zu zu fügen, die Stimme zu erheben oder sich eine kurze Pause zu gönnen.

Das ist ganz schön viel Arbeit, oder? An dieser Stelle möchte ich noch kurz auf ein weiteres Phänomen in Bezug auf Texte zu sprechen kommen.

Wie Sie garantiert Erfolg mit Ihren Texten haben

Fast jeder glaubt von sich, dass er für das Schreiben von Texten keine Hilfe benötigt. Schließlich kann doch jeder schreiben. Es gibt Probleme, da fällt die Auswahl eines Fachmannes leicht, denn beim Rohrbruch rufen Sie einen Installateur, bei Zahnschmerzen gehen Sie zum Zahnarzt, den Motorschaden am Auto repariert der KFZ-Meister.

Und wie sieht es mit einem Text in einem Artikelkatalog aus, der das Ziel hat zu verkaufen? Beauftragen Sie hier ebenfalls einen Fachmann, denn so erreichen Sie auf Dauer Ihr Ziel viel schneller als gedacht, denn in den Köpfen der professionellen Texter ruhen die Geheimnisse 4 bis unendlich.