

IN WENIGEN SCHRITTEN ZUM FACHARTIKEL



Veröffentlicht am 14. Januar 2011 von Thomas

In unserem dritten Teil der Reihe „Die richtige Eigenvermarktung“ zeigen wir Ihnen, nach welchen Kriterien eine Pressemitteilung verfasst wird, um wahrgenommen zu werden [...]

DIE RICHTIGE EIGENVERMARKTUNG: FACHARTIKEL

Suchmaschinenoptimierung durch Fachbeiträge

Interessante Fachbeiträge zeichnen sich durch eine hohe Glaubwürdigkeit aus, und sie untermauern die Kompetenz Ihres Spezialgebiets. Zwar ist der Aufwand eines Beitrags recht zeitintensiv, doch das Erscheinen in der Fachzeitschrift lohnt sich, da Sie Tausende von interessierten Lesern und potenziellen Kunden erreichen.

Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass Sie mit Fachbeiträgen eine effiziente Suchmaschinenoptimierung durchführen. Fachportale setzen nicht nur einen der begehrten Follow-Links auf Ihre Webpräsenz - also einen Link, dem auch jede Suchmaschine folgt - sondern tragen mit Ihrer Werthaltigkeit dazu bei, dass Sie gegenüber Ihren Mitbewerbern einen entscheidenden Vorteil in der Suchmaschinenauffindbarkeit erzielen. Also eine Win-win Situation für alle Beteiligten.

Leser finden definitiv das, wonach sie auch gesucht haben, sind dadurch mit dem Suchergebnis zufriedener und sparen dabei noch Zeit. In Kombination mit einer anschließenden Pressemitteilung erzielen Sie über Fachbeiträge eine größtmögliche Pressewirkung für Ihr Unternehmen.

WIE SOLLTE EIN FACHBEITRAG AUFGEBAUT SEIN?

1. Schon zu Beginn Aufmerksamkeit wecken, z.B. durch eine aussagekräftige Überschrift, die neugierig macht.
2. Durch eine kurze Einleitung dem Leser den Nutzen des Artikels rasch nahebringen.
3. Für die Praxis anwendbare Fallbeispiele aufführen.
4. Inhalt zusammenfassen und Gewinn für den Leser erläutern.
5. Von der Theorie zur Praxis. Leser zur Umsetzung motivieren. Hierbei können Checklisten

hilfreich sein.

Um die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich zu ziehen, und auch den Inhalt ein wenig aufzulockern, bietet sich die Verwendung von Bildern, Grafiken oder Skizzen an. Denn Bilder sagen mehr als Worte. Hier sollte natürlich auf die entsprechende Auflösung geachtet werden.

Für den richtigen Umgang mit der Medienlandschaft gilt es, einige wichtige Punkte zu beachten:

Die folgenden 6 Punkte dienen als Leitfaden, welche Rahmenbedingungen für einen Fachartikel notwendig sind.

1. Relevante Fachmedien auswählen: Analyse, welche Medien in Frage kommen und zu meiner Branche passen.
2. Auswahl des Themas: Wofür steht unser Unternehmen? Von welchem Thema kann der Leser selbst profitieren? Gibt es wichtige Neuerungen?
3. Kontaktaufnahme: Zuständigen Ansprechpartner herausfinden. Terminabsprache, Themenvereinbarung. Zusicherung von Belegexemplar und PDF-File.
4. Den Artikel verfassen.
5. Bildmaterial zur Illustration bereitstellen.
6. Glossar am Ende des Artikels, zur Erläuterung von Fachausdrücken.

Trotz allem sollte der Artikel auch immer die Persönlichkeit des Unternehmens widerspiegeln, um einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

Später kann der Beitrag auch dazu verwendet werden, um als Download auf der eigenen Webseite zur Verfügung gestellt zu werden. Um noch mehr Interessenten und Kunden zu erreichen, können Sie ihn ebenfalls als Ausdruck Ihrer Korrespondenz sowie schriftlichen Angeboten beifügen sowie auch an Teilnehmer von Seminaren, Workshops und Fortbildungen weitergeben.

Im vierten Teil unserer Reihe „[Die richtige Eigenvermarktung](#)“ präsentieren wir Ihnen [die besten Presseportale](#) für Ihre Mitteilungen.