

Dokumentation

10. ThAFF-Netzwerkforum

„Gefunden werden im Internet – Zielgruppen verstehen & ansprechen“

10. September 2020 | Online-Veranstaltung



I. Begrüßung & Einführung

- Projektmarketing ist ein Thema, das für Akteure aus unterschiedlichen Themenbereichen relevant ist
- Zielgruppen-spezifische Kommunikation der Angebote und Themen sind Basis für erfolgreiches Marketing
 → Kenntnisse über das Online-Suchverhalten der Zielgruppen ist wichtig
- Veranstaltung befasst sich mit folgenden Fragestellungen:
 - Was interessiert meine Zielgruppen?
 - Wie sollte ich mich und meine Angebote präsentieren, damit ich von meinen Zielgruppen online gefunden werde?
 - Wie versuchen Suchmaschinen Angebot und Nachfrage nach Informationen zusammen zu bringen?

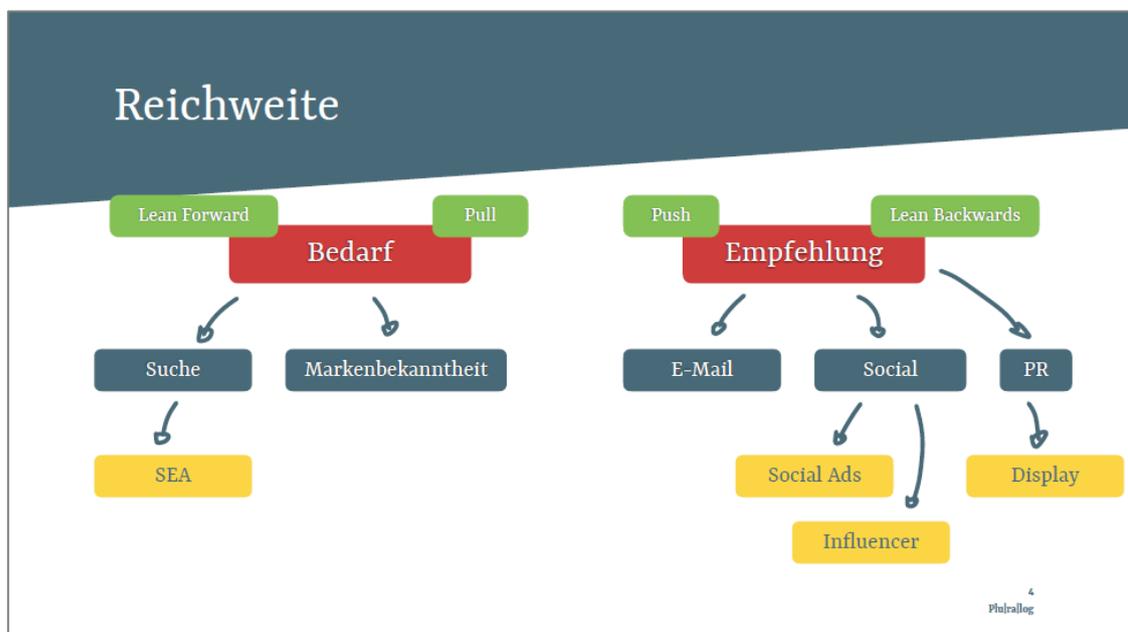
II. Input „Gefunden werden im Internet – Zielgruppen verstehen & ansprechen“

(Jona Hölderle, pluralog.de)

Wie stoßen Menschen auf neue Angebote?

Wie werden sie auf unsere Organisation/unser Projekt aufmerksam?

Woraus ergibt sich die Reichweite von Angeboten?



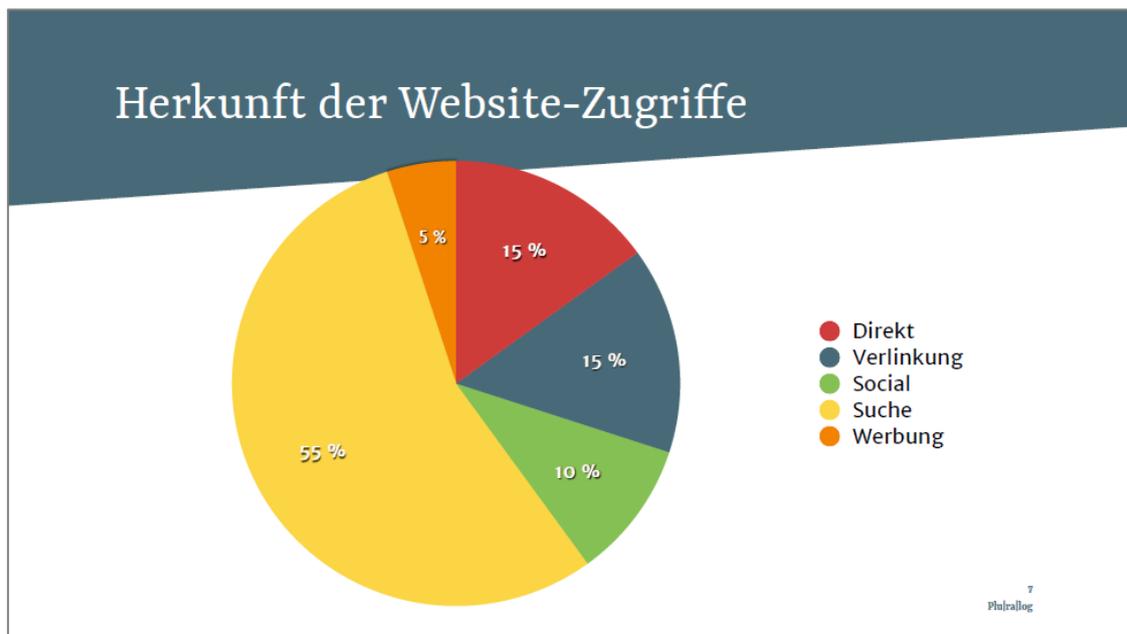
- Reichweite auf Grund eines konkreten Bedarfs
 → „zieht“ zu einer Aktion (Pull-Faktoren)
 → äußert sich meist in Form einer Suche und/oder Kontaktaufnahme

- Reichweite durch Empfehlungen
 → „drückt“ zu einer Aktion (Push-Faktoren)
 → Empfehlungen können Bedarf erzeugen

- für Vergrößerung der Reichweite auf Grund eines konkreten Bedarfs spielen Kenntnisse über sozi-demographische Merkmal der Zielgruppen nur untergeordnete Rolle
→ wichtiger ist es, herauszufinden, was die Zielgruppen wollen und wonach sie online suchen

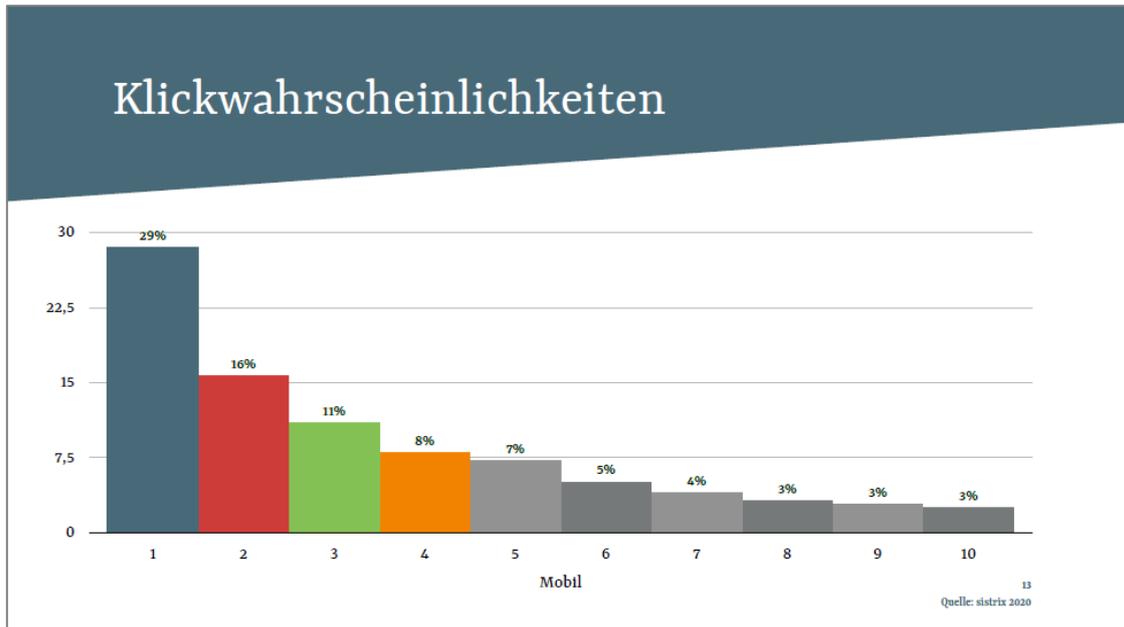
Woher kommen Online-Besucher*innen?

- meist basieren mehr als 50 Prozent aller Website-Zugriffe auf Suche und somit auf einem konkreten Bedarf
→ Suchmaschinenoptimierung (SEO) = entscheidendes Instrument für die Erhöhung der Auffindbarkeit und somit Reichweite



- technischer Hintergrund ist für gute Suchmaschinenoptimierung (fast) nicht relevant
→ Verständnis des suchenden Menschen und seines Bedarfs ist ausschlaggebend
- 2 Formen der Suche über Suchmaschinen:
 - konkret nach Akteur/Organisation
→ keine Suche im eigentlichen Sinne, sondern Suchend*r kann/möchte URL nicht direkt eingeben
→ keine Suchmaschinenoptimierung nötig
 - Suche nach Thema, Wunsch oder Vorhaben
→ Suchende*r weiß noch nicht, wo er*sie landet

- Platzierung in Liste der Suchergebnisse hat zentralen Einfluss auf die Häufigkeit der Seitenaufrufe



→ Vergleich mit Top 3-Suchergebnissen zeigt Verbesserungspotential für eigene Website auf

Wodurch wird Platzierung in Liste der Suchergebnisse beeinflusst?

- Vorkommen des Suchbegriffs auf der Seite und Eingehen auf die Suchintention
- tatsächliche Darstellung des Themas auf der Seite
- Vertrauenswürdigkeit und Relevanz der Seite
→ kann durch Verlinkung von anderen Seiten auf die eigene Seite erhöht/verbessert werden
(weitere Informationen zum Thema „Verlinkung“ auf Seite 4)

Was muss beim Erstellen von Websites beachtet werden?

- gute Inhalte
 - Was interessiert unsere Zielgruppen?
 - Was wird gesucht?
→ Befragung der Zielgruppe (z.B. Beratene, Kursteilnehmer*innen, Studierende etc.), wonach sie gesucht haben/suchen
→ Fragen, die häufiger über die allgemeinen Kontaktkanäle (allgemeine Durchwahl, Funktionspostfach, Kontaktformular) eingehen, sollten auf Website beantwortet werden
→ Tools zur Keyword-Recherche: Google Keyword Planner & answerthepublic.com
 - Was bietet niemand Anderes?; Was bringt Mehrwert?
- gute Struktur
 - gute Strukturierung von Texten ist gut für Menschen UND die Suchmaschine
 - Überschrift 1. Ordnung nur einmal nutzen
 - lange Texte durch Zwischenüberschriften, Bilder, Zitate u.Ä. strukturieren
 - insbesondere bei umfangreichen Internetauftritten mit vielen Inhaltsseiten sollte Beziehung der Seiten untereinander durch Ankertexte und interne Verlinkungen abgebildet werden
- technisch einwandfrei
 - Seiten-Header: enthält Seitentitel und –beschreibung, die in Liste der Suchergebnisse angezeigt werden

- aussagekräftig und informativ gestalten
- Gestaltung von Fehler-Seiten (sog. 404-Seiten)
 - Hinweis auf Organisation sowie Weiterleitung auf neue Website, Startseite etc.

Prozess/Fragen für die Erstellung von Inhaltsseiten/Darstellung von Angeboten und Themen

1. Wer ist unsere Zielgruppe?
 - möglichst genau definieren/abgrenzen
2. Nach welchen Themen sucht die Zielgruppe online?
 - unabhängig von unserem eigenen Angebot
3. Welche Inhalte können wir unserer Zielgruppe bieten?
 - nicht nur „Aufforderung“ zur Kontaktaufnahme, sondern bereits Bereitstellung passender Informationen durch den Inhalt der Website

Wie kann Zahl der Verlinkungen auf die eigene Website (Inhaltsseiten) erhöht werden?

- Verlinkungen = Empfehlungen, die andere Akteure an ihre jeweiligen Zielgruppen aussprechen, weil sie unsere Inhalte hilfreich finden
- eigene Website sollte verlinkbare Inhalte enthalten
 - z.B. Bilder, Texte, Checklisten, Tipps, Studien etc.
- Partner gezielt nach Verlinkung fragen

Welche Seiten sollten uns verlinken?

- inhaltliche Passfähigkeit der verlinkenden Seite
- Relevanz der verlinkenden Seite für die eigenen Zielgruppen
- wichtige Fragen:
 - Welche anderen Seiten besucht unsere Zielgruppe?
 - Welche Inhalte können wir den Betreibern der Website bieten, um verlinkt zu werden?

Über welche Kanäle/Plattformen können unsere Themen und Angebote noch gefunden werden? (Beispiele)

- Youtube
- Bewertungsportale
- Kartendienste
- Veranstaltungskalender
- Jobportale
- thematische Such-Portale (z.B. Hochschulkompass, Kontakt-Guide Thüringen usw.)

Bezahlte Werbung zur Steigerung der Reichweite – Arten von Online-Werbung

- nach Anzeigen-Ort → Werbung auf Seiten, die meine Zielgruppen nutzen
- nach Intention → Werbung wird Personen angezeigt, die nach passenden Begriffen gesucht haben
- nach Zielgruppe → Werbung wird Personen angezeigt, die bestimmte Merkmale haben (sozio-demographisch, Interessen etc.)
- nach Fandom → Werbung wird Personen angezeigt, die Interesse an bestimmten Personen hat (Influencer, Musiker usw.)

www.thaff-thueringen.de

Herausgeber:

Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH
Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung (ThAFF)
Telefon: 0361 5603-520
E-Mail: thaff@leg-thueringen.de

Postanschrift:

Mainzerhofstraße 12, 99084 Erfurt

Besucheradresse:

Peterstraße 5, 99084 Erfurt

Gefördert durch den Freistaat Thüringen.