



## **Online-PR für Mensch und Maschine: Überzeugen Sie mit relevanten Inhalten und einer klaren Struktur**

### **Erfolgreiche SEO-Arbeit mit Online-PR Teil 3**

Viele Menschen suchen im Internet nach nützlichen Informationen, die ihre Fragen beantworten oder ihnen Lösungen zu ihren Problemen bieten. Die Bereitstellung kundenorientierter Inhalte erfüllt das Informationsbedürfnis der Leser. Gleichzeitig erleichtern strukturierte Inhalte den Suchmaschinen die Indexierung und steigern signifikant die Sichtbarkeit der Online-PR Kampagnen im Web.

#### **Überzeugende Online-PR Kampagnen – Die Aufmerksamkeit der Leser mit relevanten Inhalten wecken**

Menschen suchen im Internet nach relevanten Informationen, nicht nach reinen Werbebotschaften. Die Herausforderung für Unternehmen ist es, mit kundenorientierten Inhalten erfolgreich auf die eigenen Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Besonders geeignet sind nützliche Tipps und Ratschläge, die den Leser bei Fragen oder Problemstellungen unterstützen. So kann der Hersteller einer Virensoftware beispielsweise seinen Lesern eine Übersicht der aktuellsten Bedrohungen geben und einige Tricks verraten, wie man sich erfolgreich schützen kann. Den Schluss bildet ein Verweis auf das eigene Produkt, das Interessenten und Kunden bei der Umsetzung der Ratschläge unterstützt.

Die Bereitstellung relevanter und aktueller Inhalte ist auch ein entscheidender Faktor für die Sichtbarkeit der Online-PR Kampagne in den Suchmaschinen. Google und Co. indexieren aktuellere Inhalte deutlich häufiger als ältere Informationen. Zudem erhöht die Relevanz der Inhalte für Interessenten und Kunden die Chance, dass Zielgruppen die Informationen suchen und auch finden.



### 3 Tipps für die suchmaschinenoptimierte Strukturierung Ihrer Inhalte

#### 1. Wählen Sie eine präzise Headline

Die Überschrift kann bereits darüber entscheiden, ob interessierte Leser Ihre Inhalte wahrnehmen und die Informationen als potentiell relevant bewerten. Entscheiden Sie sich für einen Titel, der in wenigen Worten die Essenz Ihrer Informationen wiedergibt. Ihre Headline sollte allerdings nicht mehr als 63 Zeichen umfassen, da die Einträge auf der Google SERP (search engine result page = Ergebnisliste) begrenzt sind. Wichtige Schlüsselwörter ([Keywords](#)) setzen Sie an den Beginn Ihrer Überschrift, um die Indexierung durch die Suchmaschinen zu optimieren. So verbessern Sie maßgeblich die Sichtbarkeit Ihrer Online-PR Kampagne in Google und Co.

#### 2. Fassen Sie Ihre Inhalte in einem prägnanten Teaser zusammen

Der Einleitungstext ist eine gute Möglichkeit, um Interessenten und Kunden erste Informationen über den gesamten Text zu geben. Fassen Sie daher die wichtigsten Aussagen Ihres Textes zusammen und stellen Sie die Relevanz für Ihre Leser in den Vordergrund. Platzieren Sie zudem themenrelevante Keywords in Ihren Teaser, da die Suchmaschinen vor allem die ersten beiden Abschnitte bewerten. Für eine bessere Lesbarkeit und eine optimale Indexierung Ihrer Online-PR Kampagne sind Einleitungstexte aus zwei bis drei Sätzen empfehlenswert.

#### 3. Strukturieren Sie Ihre Inhalte in sinnvolle Abschnitte mit kurzen Zwischenüberschriften.

Eine Gliederung des Haupttextes in drei bis fünf Sinnabschnitte inklusive Zwischenüberschriften gewährleistet sowohl eine einfache Lesbarkeit als auch eine gute Indexierung. Somit erleichtern Sie Google und Co. die Bewertung Ihrer Inhalte. Füllen Sie Ihre Zwischenüberschriften mit themenrelevanten Keywords, um die Sichtbarkeit Ihrer Online-PR Kampagne in den Suchmaschinen weiter zu steigern.



Erfahren Sie im nächsten Teil, wie Sie mit dem Einsatz von Hyperlinks und Ankertexten Ihre Leser effektiv auf weiterführende Informationen lenken und gleichzeitig die Sichtbarkeit Ihrer Inhalte im Internet steigern.

### **Lesen Sie weitere Beiträge aus der Serie „Erfolgreiche SEO-Arbeit mit Online-PR“**

**Teil 1:** Erhalten Sie in [„Online-PR: 6 SEO-Tipps für mehr Sichtbarkeit Ihrer Presstexte“](#) eine Übersicht über grundlegende SEO-Maßnahmen, um die Sichtbarkeit Ihrer Online-PR Kampagnen zu verbessern.

**Teil 2:** In [„Online-PR: 6 Tipps für den erfolgreichen Keyword-Einsatz in Ihren PR-Kampagnen“](#) erfahren Sie, wie Sie mit der geschickten Verwendung themenrelevanter Keywords auf die Top-Positionen von Google und Co. gelangen.

Das kostenlose Whitepaper [„Praxisleitfaden zur Erstellung von suchmaschinenoptimierten Pressemitteilungen“](#) erläutert Ihnen, wie Sie Ihre PR-Texte sowohl für Mensch als auch Maschine schreiben.