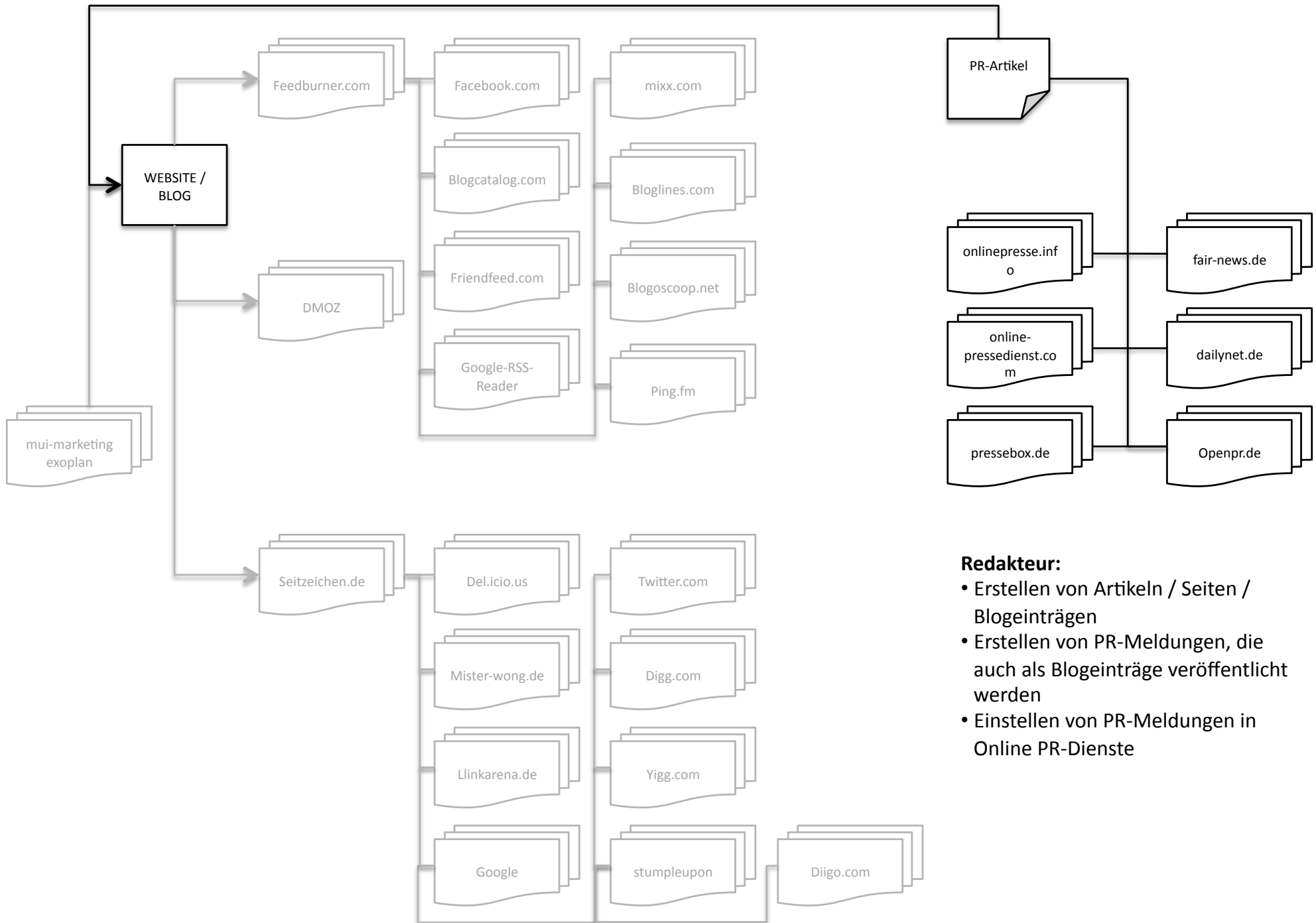


Wer macht was?

Im Folgenden kurz beschrieben,

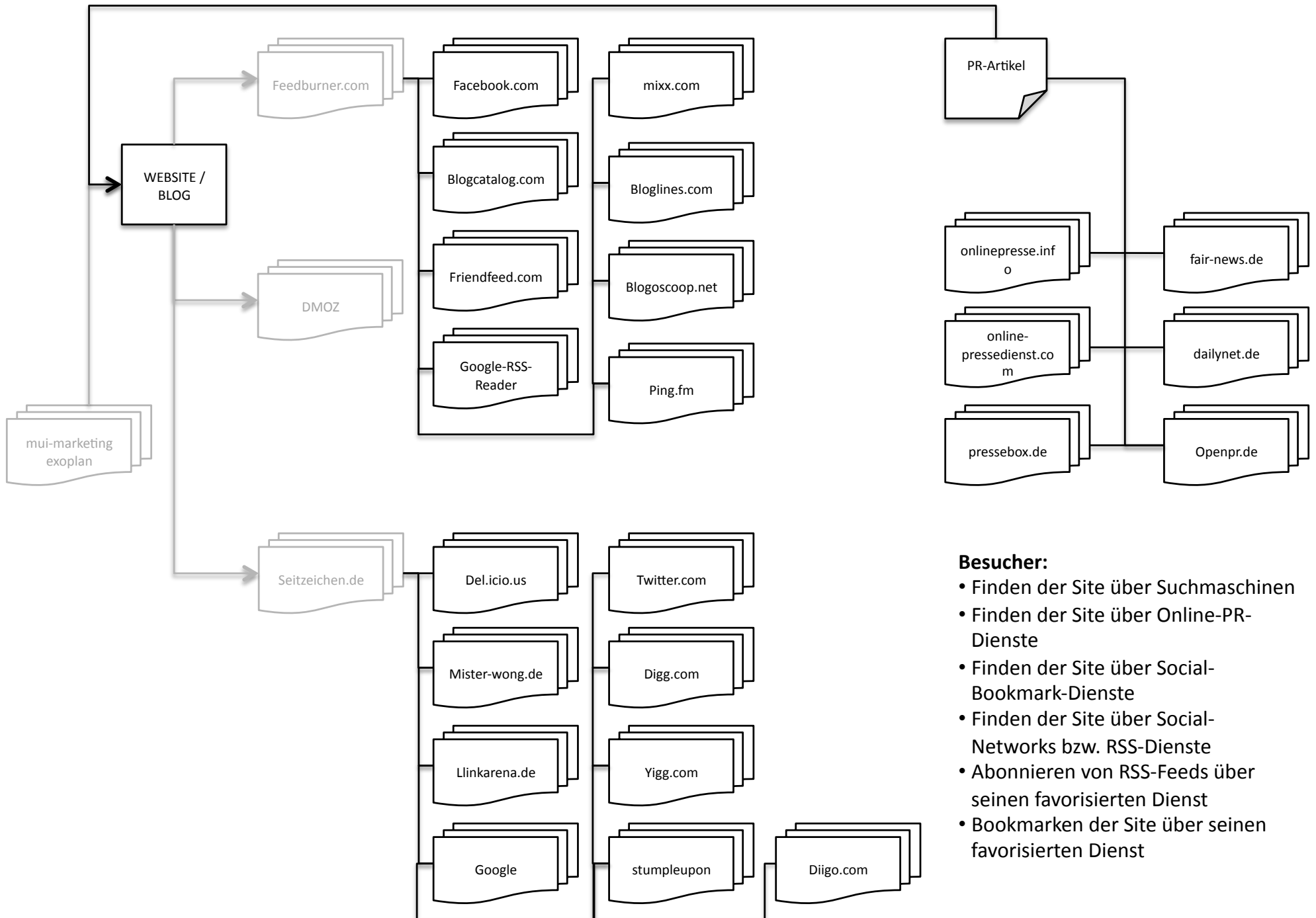
1. **was wir als Agentur leisten,**
2. **was Sie als Kunde / Redakteur leisten**
3. **und was die Besucher Ihrer Seite leisten**

Damit sich der Content der Seite **maximal verbreiten** und damit die **Relevanz** Ihrer Seite sich für Suchmaschinen **erhöht** und die Seite am Ende **besser gefunden** werden kann – sprich: Ihre Seite **vor der Seite Ihres Wettbewerbs** bei Google & Co. erscheint und so **mehr Besucher** auf Ihre Seite finden können.



Redakteur:

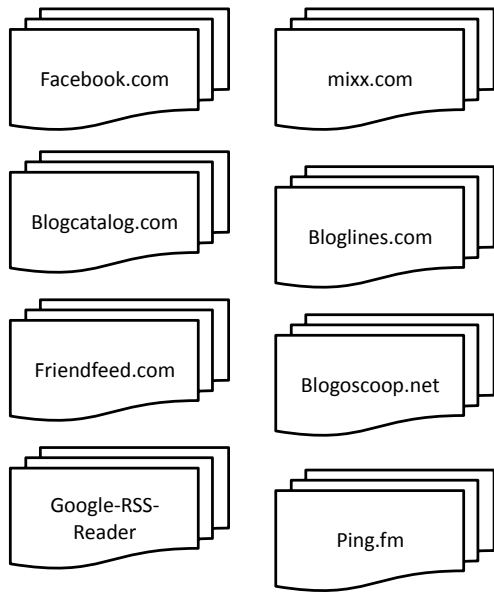
- Erstellen von Artikeln / Seiten / Blogeinträgen
- Erstellen von PR-Meldungen, die auch als Blogeinträge veröffentlicht werden
- Einstellen von PR-Meldungen in Online PR-Dienste



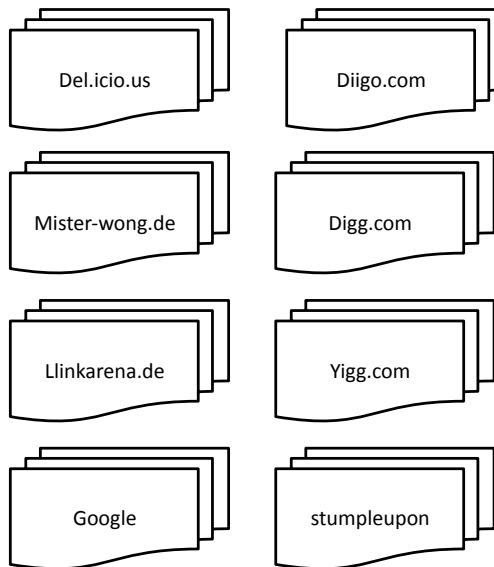
Besucher:

- Finden der Site über Suchmaschinen
- Finden der Site über Online-PR-Dienste
- Finden der Site über Social-Bookmark-Dienste
- Finden der Site über Social-Networks bzw. RSS-Dienste
- Abonnieren von RSS-Feeds über seinen favorisierten Dienst
- Bookmarken der Site über seinen favorisierten Dienst

Unsere Empfehlung!



Jeder Redakteur bzw. Mitarbeiter sollte bei **mindestens 3 RSS-Diensten** bzw. Social-Networks einen **persönlichen Account** haben und dort den RSS-Feed der Webseite **abonnieren**.



Jeder Redakteur bzw. Mitarbeiter sollte bei **mindestens 3 Social-Bookmark-Diensten** einen **persönlichen Account** haben und dort die Webseite (und auch einzelne Artikel oder Blogeinträge) dort **bookmarken**.



Geben Sie die **Verantwortung** für Presseartikel in die Hände **einer PR-Agentur**. Legen Sie **eine** verantwortliche Person für PR fest. Zu Beginn können Sie **auch „in House“ PR** machen. Aber bitte **mit Struktur**.



Jeder Mitarbeiter sollte über einen **Twitter-Account regelmäßig** über Ihre Aktivitäten **berichten**. **Für Redakteure ist Twitter Pflicht**. Jeder Redakteur wird in seinem **Nutzerprofil** auf der Webseite mit Twitter-Account eingerichtet. So ist gewährleistet, dass **jeder Blog-Eintrag auch in Twitter** erscheint.

Was leisten wir noch?

1. Suchmaschinenoptimierung

1. On-Page-Optimierung:

1. Bereitstellung eines suchmaschinenfreundlichen Seitenaufbaus
2. Recherche von Keywords für Ihre Redaktionelle Arbeit

2. Off-Page-Optimierung:

1. Social-Media-Optimierung (SMO): Vernetzungs- und Verlinkungs-Strategie
2. Einträge in themenrelevante Verzeichnisse / Kataloge / Foren / Blogs / Wikis

2. Markt-Konkurrenz-Analyse

1. Abgleich Ihrer Zielsetzung / ihres Zielmarktes mit bestehenden Internetseiten