



DIE NEUE SICHTBARKEIT IM NETZ

Werden Sie schnell und effektiv zur gefragten Expertin

Von Olivera Wahl

Schon mit wenigen Handgriffen können Sie Ihre Zielgruppe wirkungsvoll auf sich aufmerksam machen. Nutzen Sie die Möglichkeiten, die Ihnen Social Media und soziale Netzwerke bieten.

TIPP 1: WERDEN SIE GEFUNDEN – MIT XING

Stellen Sie sich vor, ich bin auf der Suche nach einer Expertin für Charisma Coaching. Es liegt nahe, dass ich neben den allgemeinen Suchportalen die detaillierte Profisuche auf Xing nutze. Xing ist

Deutschlands wichtigste Business-Plattform zur Recherche und Pflege von beruflichen Kontakten. Ein für die Xing-Suche optimiertes Profil hilft Ihnen, direkt gefunden zu werden. In meinem Beispiel suche ich einen Charisma Coach. Also gebe ich das Wort „Charisma“ in das Xing-Suchfeld ein.

OPTIMIEREN SIE IHR XING-PROFIL IN WENIGEN MINUTEN

- Das Feld „Name“ ist für Xing-Suchergebnisse das Wichtigste. Bei der Suche „Charisma“ erscheinen auf den ersten acht Plätzen Personen, die Charisma als Vor- oder Nachname angegeben haben.

- Am zweitwichtigsten sind die Felder „Position“ und „Firma“ Ihres aktuellen Jobs, der oben auf Ihrem Profil neben Ihrem Foto erscheint. Über die Relevanz Ihres Eintrages entscheidet die Häufigkeit Ihres wichtigsten Schlagwortes in diesen beiden Feldern – Ihr Hauptargument, das Ihrem Eintrag die Relevanz gibt.

Wenn Sie als Charisma Coach auf der ersten Xing-Ergebnisseite erscheinen möchten, können Sie z.B. in Ihrem Profil unter Position „Coach für mehr Charisma und Souveränität“ eingeben und unter Firma „Firmenname – Agentur für Charisma Consulting“. Die zweifache Nennung des Begriffes Charisma reicht momentan aus, um auf die erste Seite zu kommen. Kontrollieren Sie regelmäßig die Relevanz Ihres wichtigsten Schlagwortes und optimieren Sie es weiter, wenn nötig. **DAS HÄLT SIE AUF VORSPRUNG!**

TIPP 2: WERDEN SIE SICHTBAR – MIT GOOGLE-MAPS

UND SCHAFFEN SIE NEBENBEI WERTVOLLE SYNERGIEN

Es ist schlau, online die interaktiven Verknüpfungen zwischen einzelnen Portalen effektiv zu nutzen. Ihr Eintrag bei Google-Maps wird immer dann angezeigt, wenn User eine Google-Suche mit einer Ortsangabe verknüpfen, z.B. „Charisma Coach Köln“. Der Eintrag ist kostenlos und erscheint mit dem Stadtplan von Google-Maps im oberen Bereich – genau da, wo Google-Nutzer ihn am besten wahrnehmen.

WICHTIG: Google belohnt Firmen mit positiven Online-Kundenbewertungen mit einer Platzierung auf den obersten Plätzen. Deshalb ist ein Firmeneintrag bei Deutschlands Marktführer Qype.com, der Bewertungsplattform für Unternehmen, mehr als empfehlenswert. Bereits mit einigen wenigen positiven Kundenbewertungen können Sie Ihr Ranking bei Google-Maps nachhaltig verbessern.

Viele Firmen nutzen Google-Maps noch nicht zur Steigerung der eigenen Bekanntheit. **DAS IST IHRE CHANCE, SICH EINEN WETTBEWERBSVORSPRUNG ZU SICHERN!**

TIPP 3: WERDEN SIE ZUR EXPERTIN FÜR IHRE ZIELGRUPPE – AUF WIKIPEDIA

Werden Sie zum Lexikon für alle Fragen, die Ihre Kunden an Ihr Thema haben! Mit Ihrem Fachbeitrag in Wikipedia.de erhöhen Sie die Chance, gefunden zu werden, und stellen sich als Expertin dar. Präsentieren Sie Ihr Know-how auf Wikipedia.de

Gehen Sie auf Wikipedia.de und geben Sie in das Suchfeld Ihr wichtigstes Schlagwort ein. In unserem Beispiel ist dies das Wort „Charisma“. Wenn Sie Autorin eines entsprechenden Buches sind, bietet es sich an, dieses Buch im Literaturverzeichnis aufzuführen.

Klicken Sie einfach auf „Bearbeiten“ direkt neben der Überschrift „Literatur“ – unten auf der Seite. Zur Erleichterung kopieren Sie einen anderen Link und fügen ihn als Vorlage ein. Überschreiben Sie dann den kopierten Text mit Ihrem eigenen Titel und Inhalt. Prüfen Sie zusätzlich, welche weiteren Inhalte für Ergänzungen in Ihrem Wikipedia-Eintrag sinnvoll sind, z.B. Interviews oder Fachbeiträge, Trendanalysen und ähnliches. Oder haben Sie auf Ihrer Webseite ein Glossar, in dem Sie wichtige Begriffe Ihrer Branche erklären?



Stéphane Etrillard
 »Charisma – Einfach besser ankommen«
 1. Auflage, 2010.09.24, 80 Seiten, Kartoniert
 Format: 17 x 24 cm, ISBN: 3-87387-762-7

Verlinken Sie diese. Oder verfügen Sie über Informationen, die Sie in den Fließtext einbauen können? **SO SCHAFFEN SIE FÜR IHRE ZIELGRUPPE EINEN HOHEN MEHRWERT, DEN USER MIT REGELMÄSSIGEM INTERESSE BELOHNEN.**

WICHTIG: Als Enzyklopädie akzeptiert Wikipedia nur Informationen, die Sie belegen können. Wikipedia behält sich außerdem vor, Inhalte zu löschen.

BILANZ: Wenn jemand nach Ihrem Fachgebiet googelt, muss nicht zwangsläufig Ihre eigene Website gefunden werden. Es kann auch Ihr Xing-Profil sein, eine inhaltlich relevante Wikipedia-Seite oder ein Fachbeitrag in einem Themenportal, auf dem Sie nützliche Inhalte unter Ihrem Namen eingestellt haben. So gewährleisten Sie, dass Sie schnell gefunden werden, sobald jemand nach Ihrem Thema googelt. Mit aktuellem Fachwissen etablieren Sie sich als Expertin und generieren Interviewanfragen, Job- oder Vortragsangebote. Dies funktioniert am besten, wenn Sie so lange an Ihrem Wissen feilen, bis Sie die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe in mehreren Bereichen besser als Ihre Mitbewerber erfüllen.

Professionelles Social-Networking ist mit etwas Arbeit verbunden. Sie werden jedoch schon nach kurzer Zeit sehen, dass sich Ihr Entschluss zu neuen Wegen bezahlt macht.



Zur Person

Unsere Autorin Olivera Wahl (www.olivera-wahl.de) ist Diplom-Ökonomin. Als Social-Media-Expertin und Inhaberin der Social-Media-Beratung „Starke Freunde“ bietet sie Coachings für alle Berufsgruppen mit dem Ziel der Steigerung des Bekanntheitsgrades, Aufbau eines Expertenrufes und Bilden von beruflichen Netzwerken an.
 Kontakt: wahl@businessandwoman.com