

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
Teil I Inhaltliche Grundausrüstung der Webseite	17
1 Das Konzept	19
1.1 Kernkompetenzen ermitteln	21
1.2 Alleinstellungsmerkmale ermitteln	25
1.3 Konzepte für Online-Shops	32
1.4 Konzepte für Dienstleister	37
1.5 Der richtige Slogan	40
2 Die Zielgruppe	45
2.1 Zielgruppe einschränken	46
2.2 Frauen oder Männer?	49
2.3 Kundensteckbriefe/Personas	52
2.4 Kommunikationsziele festlegen	58
2.5 Do it yourself	59
3 Basistexte für Shops und Webseiten	61
3.1 Navigation	65
3.2 Startseite	66
3.3 Über uns	69
3.4 Kontaktseite	72
3.5 Firmengeschichte	73
3.6 Pressebereich	76
3.7 Serviceseiten	82
3.8 Kategorienseiten im Online-Shop	83
3.9 Produktbeschreibungen für Onlinehändler	85
3.10 Benutzerfreundlichkeit	90
3.11 Barrierefreiheit	97
3.12 Texte für Smartphone und Tablet	97

3.13	Was tun bei bestehenden Webseiten?.....	102
3.14	Do it yourself: Basistexte	102
3.15	Checkliste: Usability und Formulare.....	103
4	Schreibwerkstatt	105
4.1	Gute Wörter, schlechte Wörter	105
4.2	Sprechen Sie mit EINER Stimme	112
4.3	Inhaltliche Struktur des Textes	115
4.4	Optischer Aufbau von Webtexten	115
4.5	Texten in 5 Schritten.....	128
	4.5.1 Fließtext.....	128
	4.5.2 Abschnitte & Zwischenüberschriften	129
	4.5.3 Einleitung	130
	4.5.4 Überschrift	133
	4.5.5 Fazit und Handlungsaufforderung.....	135
4.6	Do it yourself.....	136
5	Feinschliff der Texte	137
5.1	Verständlichkeit	137
5.2	Anschaulichkeit.....	146
5.3	Glaubwürdigkeit	148
5.4	Bildunterschriften nicht vergessen	152
5.5	Tools und Formeln	152
	5.5.1 Nützliche Formeln	152
	5.5.2 Nützliche Tools.....	154
6	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	161
6.1	Kriterien für die Platzierung	164
6.2	23 Fragen und Antworten zur Qualität.....	172
6.3	Longtail-Anfragen.....	181
6.4	Content Siloing.....	182
6.5	Keywords	183
	6.5.1 Keywords festlegen.....	185
	6.5.2 Wohin mit den Keywords?.....	188
	6.5.3 Saisonale Keywords für Shops.....	194
6.6	Mark-ups oder Rich Snippets.....	195

6.7	Eingehende und ausgehende Links	196
6.8	Do it yourself	198

Teil II Guter Content für die Webseite. 199

7	Content Marketing	201
7.1	Themen finden	202
7.2	»Kreativ schreiben«-Tricks	214
7.2.1	Freewriting	214
7.2.2	Mind Map	214
7.2.3	HyperSuggest	215
7.2.4	W-FRAGEN-TOOL	216
8	Content-Formate	221
8.1	Der Küchenzukuruf.	221
8.2	Tatsachenbetonter Content.	222
8.3	Nützlicher Content	224
8.4	Erzählender Content	230
8.5	Meinungsbildender Content.	238
8.6	Interaktiver Content	239
8.7	Videos	243
8.8	Audio-Podcast	244
8.9	Content-Recycling	246
9	Rund um den Blog	247
9.1	Gastartikel	249
9.2	Stöckchen	249
9.3	Blogparaden	250
9.4	Content-Partner	252
9.5	In anderen Blogs kommentieren	253
9.6	Content-Plan	254
9.7	Blogger-Reisen	254
9.8	TweetUps	258
10	Storytelling	259
10.1	Das Ziel der Geschichte	262

10.2	Die Art der Geschichte	262
10.3	Der Held	266
10.3.1	So bekommt Ihr Held ein Profil	269
10.4	Die Heldenreise	277
10.5	Die Erzählperspektive	278
10.6	Die Kanäle zur Veröffentlichung	279
10.7	Do it yourself	280

Teil III Social Media und Marketing 281

11	Social Media	283
11.1	Sprechen Sie Social Media?	287
11.2	Hashtags	295
11.3	BRÜLL MICH NICHT AN !!!!!!!	297
11.4	Social-Media-Plattformen	297
11.4.1	Facebook	298
11.4.2	Twitter	298
11.4.3	Instagram	299
11.4.4	YouTube	299
11.4.5	Pinterest	300
11.4.6	Snapchat	300
11.4.7	WhatsApp	301
11.4.8	XING	301
11.4.9	LinkedIn	301
11.5	Do it yourself	302
12	Werbe- und PR-Texte	303
12.1	Online-Werbung	304
12.1.1	Werbeanzeigen	304
12.1.2	Landingpages	307
12.1.3	Native Advertising	308
12.2	Online-PR	312
12.2.1	Öffentlichkeitsarbeit und Influencer	312
12.2.2	Pressearbeit im Netz	317
12.3	Do it yourself	321

Teil IV Outsourcing	323
13 Texte kaufen	325
13.1 Content-Plattformen	325
13.2 Texter und Textbüros	328
13.3 Das Briefing	330
13.4 Urheberrechte und Lizenzen	331
13.5 Künstlersozialabgabe	332
Stichwortverzeichnis	335