

# Quick-Wins für Ihren Business-Alltag

## BLOG

### ALLGEMEINE TIPPS: WIE FANGEN SIE AN?

#### #1 Vom Ende zum Anfang

Bevor Sie anfangen zu schreiben, stellen Sie sich die Frage:  
Was sollte Ihr Leser **am Ende** des Beitrags wissen oder tun?  
Welche Tipps und Erfahrungen können Sie ihm mitgeben, die ihn **bereichern**?

#### #2 Vom Anfang zum Ende

Wer ist Ihr Leser?  
Was ist sein Problem, das er lösen möchte?  
Was weiß er womöglich schon und wo bedarf es an mehr Wissen? Was weiß er nicht?  
Wo würde er von Ihrer Hilfe profitieren?  
Für welchen Tipp wäre er dankbar?  
Was wäre ein neuer Denk-Anstoß für ihn, der ihm bei der Lösungsfindung helfen könnte?  
Wechseln Sie in die **Kundenperspektive!**

#### #3 Die goldene Mitte

Verbinden Sie das was dem Leser als Kernbotschaft "im Gedächtnis bleiben soll" mit seinem persönlichen Aufsatzzpunkt. **Schreiben Sie nur für ihn** und versetzen Sie sich in seine Lage. Beantworten Sie alle Fragen, die er hat. Untermauern Sie Ihren Text mit Beispielen, Bildern, Infografiken, Case Studies, Zitaten, Erfahrungen...

#### #4 Zeit

Einen Blog zu schreiben bedarf Zeit. Bleiben Sie effizient und fokussiert.  
Tipp: **Stellen Sie sich die Zeit:** 2-3 Stunden und schreiben Sie einfach los.  
Legen Sie dann das Geschriebene weg und nehmen sich den Text am nächsten Tag zur Hand. Dann machen Sie das Feintuning. Planen Sie den Blog in Ihr Tagesgeschäft ein.

#### #5 Schreibstil

**Schreiben Sie**, ob mit Anrede "Du" oder "Sie", **für Ihren Leser** (nicht für Ihren Chef).  
Verständlich & klar. In einfachen & kurzen Sätzen. So wie Sie sprechen.  
Geben Sie einen **authentischen** Einblick in Ihre Themen.  
Ihre Meinung und Ihre Erfahrung sind unbedingt erwünscht.  
Persönlich & subjektiv. Gerne mit viel Spaß an der Sache und auf hohem Niveau.  
Denken Sie auch an die Netiquette (gutes Benehmen im Netz).

#### #6 Aufbau

**Das Wichtigste zuerst!** Kündigen Sie zu Anfang an, was Ihr Interessent erwarten darf.  
Was wird der Leser in Ihrem Blog erfahren? Was wird er Neues lernen? Welche handfesten Ideen bekommt er an die Hand?  
Tipp: Machen Sie sich zunächst eine Gliederung, ehe es an das Ausformulieren geht.

# Quick-Wins für Ihren Business-Alltag

## BLOG

### CONTENT- AUFBAU

- Steigen Sie originell ein
- Schreiben Sie 800 bis 1.000 Wörter
- Geben Sie dem Text eine Struktur
  - **Eine** Haupt-Überschrift (H1)
    - Die Überschrift ist einladend
    - Der Suchbegriff des Lesers sollte enthalten sein, so dass die Suchmaschine das Thema bei Ihnen finden kann
  - Unter-Überschriften (H2, H3, H4)
  - Textblöcke unter den Überschriften
- Wählen Sie kurze Sätze und schreiben Sie aktiv
- Zum Schluss: Was soll der Leser tun? Ihren Beitrag teilen? Ein E-Book downloaden? usw.

### CONTENT-MIX

- Binden Sie im Text Beispiele ein
- Unterstreichen Sie mit Bildern
- Haben Sie ein passendes Video?
- Informative Infografiken untermauern
- Passende Zitate lockern auf
- Sprechende Links:
  - Interne Verlinkung zu Ihren passenden Inhalts-Seiten
  - Ausgehende Links auf andere Seiten z. B. eine Verlinkung zu einem Erfahrungsbericht
- Call-to-Action für einen Download
  - Checkliste, E-Book, Case Study, "How-To" Anleitung, Buchung eines Webinars etc.

### CONTENT- TEXT

- Was ist Ihre Kernbotschaft?
- Was sollte der Leser am Ende "mitnehmen", "wissen", "tun"?
- Beantworten Sie Fragen: Warum? Wie?...
- Informieren Sie
- Unterhalten Sie
- Kommunizieren Sie die Vorteile
- Erzeugen Sie Gefühle
- Geben Sie Denkanstöße
- Sie wollen überzeugen? Ein Tipp:
  - Zweit bestes Argument am Anfang
  - Schwächstes Argument in der Mitte
  - Das beste Argument zum Schluss

### CONTENT-SEO

- Der Suchbegriff des Lesers - Keyword- sollte in der Struktur wie folgt enthalten sein:
  - In der Haupt-Überschrift (H1)
  - In der Title-Tag
  - In der Meta-Description
  - In der Url
  - In der Bild-Beschreibung
  - Bei den Content-Formaten, die Sie nutzen
- Verlinken Sie intern auf Ihre Seite (Die Suchmaschine erkennt so, dass Sie noch mehr Themen zur Problemlösung anbieten)
- Integrieren Sie Call-to-Action(s)
- Sagen Sie dem Leser was er tun soll

### CONTENT-TOOL-TIPPS

[www.answerthepublic.com](http://www.answerthepublic.com)

Finden Sie heraus nach welchen Begriffen Ihr Leser sucht, um sein Problem zu lösen und binden Sie diese Schlüsselwörter oder Fragestellung in Ihrem Blog ein, denn: Wie soll Ihr Leser Ihren Beitrag finden, wenn Sie die Suchmaschine nicht entsprechend nach dem gesuchten Begriff oder der Fragestellung "füttern"?

**HubSpot**

Wenn Sie mit HubSpot arbeiten, dann wissen Sie, dass Sie nach den entsprechenden Suchbegriffen unbegrenzt bei "Planung und Strategie" unter "SEO" suchen können.

[www.hubspot.com/blog-topic-generator](http://www.hubspot.com/blog-topic-generator)

Geistesblitze für Ihren Blog gefällig? Probieren Sie den Ideengenerator von HubSpot aus.