



Website-Besucher

Website-Besucher

Public Relations

- Pressearbeit Berlin
- PR Berlin
- Online PR
- Eventagentur Berlin
- Werbetexter Berlin

PR Service

- PR Kampagne
- Pressemitteilungen
- PR Texte
- Internet Texte
- Suchmaschinenoptimierung
- PR Shop

Design & Friends

- Design
- Printdesign
- Webdesign
- Webprogrammierung

Presse

- Pressefächer
- Presseverteiler

PR Agentur Berlin

- Die PR Agentur Berlin
- PR Jobs
- Public Relations
- PR Preise
- AGB
- Kontakt
- Sitemap

Website-Besucher

Wie kommen mehr Besucher auf meine Website?

Diese Frage stellen sich täglich Tausende von Webmaster, E-Shop-Betreibern, Dienstleistern und andere Firmen, die ihren Umsatz ganz oder teilweise über das Internet generieren.

Die **PR Agentur Berlin** gibt die Antwort auf diese Frage aus Sicht einer professionellen Agentur für Kommunikation und Public Relations in Berlin, am Beispiel der Web-2.0-Website gestohlen.org .

"gestohlen.org ist eine Website, auf der User Gegenstände wie z. B. Handys, Navigationsgeräte, Sammlungen, Kfz und Tiere, die gestohlen oder verloren wurden - oder eben entlaufen sind - öffentlich online anzeigen können. Im Anschluss an die Online Anzeige besteht die Möglichkeit, einen Finderlohn oder eine Wiederbeschaffungsprämie auszuloben", so Norman Peetz, Projektleiter der **PR Agentur Berlin**.

"Ziel dieses komplett kostenlosen Angebotes ist es, Diebesgut zurückzuerhalten und Käufern, die zum Beispiel in einer Online-Auktion Gebrauchtartikel erwerben, die Möglichkeit zu geben, vor dem Kauf zu recherchieren, ob es sich hierbei um rechtmäßig erworbenes Eigentum handelt. Auch für die Inhaber von "An- und Verkauf"-Geschäften, wie sie bei uns in Berlin in großer Zahl existieren, ist diese Website einen Besuch wert. Unsere Gesetzeslage erlaubt nur die Übertragung von rechtmäßigem Eigentum. Erwerben Sie Diebesgut, willentlich oder versehentlich, so kann der rechtmäßige Besitzer dies von Ihnen zurückfordern - ist Ihr Verkäufer nicht mehr aufzufinden oder zahlungsunfähig, bleibt der Schaden bei Ihnen."

So viel zu dem Angebot von gestohlen.org.

Am Anfang, nach dem Launch der Website gestohlen.org, stand die Standardfrage beinahe jeder neuen Website: Wie kommen mehr Website-Besucher (und wie wird dieses Ziel möglichst schnell und mit geringstem Budget realisiert)?

Nachdem die eigenen Bemühungen von gestohlen.org, mehr User und Besucher für die Website zu generieren, nicht zu dem gewünschten Erfolg führten, entschloss sich die Geschäftsführung, eine **PR Agentur** mit der Bekanntmachung und der Promotion der Internetsite zu beauftragen. Im Pitch setzte sich schließlich die auf kleinere und mittlere Unternehmen, Mittelstand und **Online-PR** spezialisierte PR-Agentur "**PR Agentur Berlin**" durch.

Das PR-Budget lag bei 400 €, größere PR-Agenturen wie die marktführenden wurden aufgrund der geringen Budgethöhe nicht in Betracht gezogen.

Beraten durch die PR Agentur Berlin, entschied sich der Kunde zu einem Mix aus klassischer PR - in diesem Fall:

Pressearbeit durch die Platzierung von Pressemitteilungen -, gestützt durch eine Online-PR-Strategie.

"Da viele unsere Kunden aus kleinen Unternehmen und dem Mittelstand kommen, sind wir an kleine Budgets gewöhnt. Und auch daran, dass wir dann nur "einen Schuss" frei haben, und der muss ins Schwarze treffen. So wie bei gestohlen.org", erklärt Norman Peetz, Projektleiter der PR Agentur Berlin

Am Anfang stand die Erstellung einer Pressemitteilung, die mehrfach mit dem Kunden abgestimmt und schließlich freigegeben wurde. Auf einer DIN-A4-Seite wurde als PR-Text ein Kurzprofil mit den wesentlichen Fakten des Projekts gestohlen.org und eine Pressemitteilung mit der aktuellen News - man konnte den 2000sten User begrüßen - geschrieben.

Ein pressegerechtes Kurzprofil ist wichtig, da die Journalisten in den Redaktionen "gutes Futter" für ihre Artikel benötigen. Das Kurzprofil sollte daher die wesentlichen Facts (wie Alter des Projekts, Inhalt, Ziel, User etc.) enthalten und leicht veränderbar sein, so dass aus ihm redaktioneller Wert geschöpft werden kann.

"Eine Pressemitteilung für eine Website oder Firma ist nur der erste und für uns leichteste Schritt", erläutert Norman Peetz. "Die wesentlich größere Herausforderung, die gleichzeitig das A und O unserer Pressearbeit darstellt, ist die erfolgreiche Verteilung an die Presse."

Erfolgreich ist Pressearbeit dann, wenn Pressemitteilungen in den "richtigen" Medien veröffentlicht werden oder aus diesen Pressemitteilungen wieder eigenständige Beiträge in diesen Medien entstehen.

Am Anfang der eigentlichen Pressearbeit steht daher der Aufbau eines Presseverteilers.

Norman Peetz: "Ein Presseverteiler wird bei der PR Agentur Berlin immer individuell auf die aktuelle Pressemitteilung abgestimmt aufgebaut. Wir betreuen viele Unternehmen, die in mehreren Branchen tätig sind und daher die verschiedensten Zielgruppen ansprechen müssen. Zu Beginn einer Zusammenarbeit legen wir, in engster Abstimmung mit dem Kunden, einen Pool aus infrage kommenden Zeitschriften und Medien an. Zu den meisten bekannten pflegen wir regelmäßige Kontakte. Sind für uns innovative Medien im Pool, bauen wir Pressekontakte zu diesen persönlich und telefonisch auf."

Die Zielgruppe eines Projekts wie gestohlen.org ist relativ einfach über eine Keywordanalyse oder durch empirische Kenntnisse zu ermitteln.

Was wird der Erfahrung nach am häufigsten gestohlen?

Die Antwort lautet: technische Geräte, oft aus dem Lifestyle-Bereich, wie Handys, Navigationsgeräte oder Laptops.

"Lässt sich die Zielgruppe nicht empirisch (also aus der Erfahrung heraus) ermitteln, muss am Anfang jeder Public-Relations-Maßnahme das professionelle Targeting, das Zielnehmen, stehen. Wir ermitteln, zumeist in einem persönlichen Gespräch, die Zielgruppe und bringen Vorschläge zur möglichen Erweiterung ein. Nur so führen PR-Aktionen wie Pressearbeit, Online-PR oder Events bei der gewünschten Personengruppe zum Erfolg."

Die Hauptzielgruppe von gestohlen.org besteht, empirisch ermittelt, also aus Menschen, die wertige technische Geräte wie Mobiltelefone, Notebooks oder Lifestyle-Produkte wie MP3-Player (iPods) etc. besessen haben und bestohlen wurden - sowie aus Personen, die solche Geräte im Internet (z. B. auf Online-Auktionshaus-Plattformen) erwerben. Ferner gehören zu dieser Zielgruppe alle Bestohlenen, die Polizei, Gebrauchtkäufer und Inhaber von Trödeläden oder Leihhäusern.

Die PR Agentur Berlin entschied sich - was, wie sich zeigen wird, der richtige Schritt war -, zunächst die Hauptzielgruppe und in einem zweiten Schritt die weiteren Zielgruppen anzusprechen.

"Die **Pressemitteilung** und der Presseverteiler wurde auf eine Zielgruppe mit hoher Internet- und Lifestyle-Affinität, in einem Altersbereich zwischen 16 und 49 Jahren, abgestimmt. Als Schreibstil haben wir einen kreativ-sachlichen mit technischem Wording gewählt", so die PR Agentur Berlin. "Wichtig war uns, nicht zu viele Fachausdrücke zu verwenden und die **Pressemitteilung** trotzdem, auch für die Fachpresse, informativ zu halten."

Im Presseverteiler befanden sich nach Abstimmung die wichtigsten Medien für die Bereiche Lifestyle, Technik und Internet. Zu diesen gehören Computerbild, SFT und PC Go. In jeder dieser reichweitenstarken Top-Medien wurde in der aktuellen Ausgabe die **Pressemitteilung** veröffentlicht, bzw. über gestohlen.org berichtet.

Wie wurde dieses Ziel erreicht?

"Presseverteilung und Medienansprache durch die PR Agentur Berlin beruht auf gepflegten Kontakten und vor allem auf journalistischen Kenntnissen aus dem allgemeinen Redaktionsalltag. Wie wir die Medien ansprechen und die **Pressemitteilungen** interessant gestalten, haben wir durch jahrelange Erfahrung gelernt. Nur mithilfe dieser Erfahrung und durch die individuelle Ansprache der zuständigen Redakteure lässt sich Pressearbeit nachhaltig und erfolgreich gestalten", erklärt Norman Peetz, Projektleiter der PR Agentur Berlin.

Neben dieser klassischen Form der Public Relations wurde mittels strategischer Online-PR die Website gestohlen.org hinsichtlich der Auffindbarkeit im Internet gestärkt.

"Wir nutzen nur 'saubere' Methoden der Online-PR und Suchmaschinenoptimierung und umgehen dabei Paid Links und schlechte Nachbarschaft - diese Punkte sind wichtig, um von Google & Co. als seriös anerkannt zu werden. Unsere Strategie zielt auf eine nachhaltige Steigerung des Bekanntheitsgrades des uns anvertrauten Projekts. Dies erreichen wir durch Links von und auf andere wertige themenspezifische Websites und gezielte Aktivitäten in Blogs und Foren, in Deutschland, aber auch weltweit", macht Norman Peetz, Projektleiter der PR Agentur Berlin, seine Strategie klar.

Für gestohlen.org traf dieser Mix aus **Pressearbeit** und Online-PR ins Schwarze. Die wesentlichen Ziele "Mehr Besucher auf der Website" und die Steigerung des Bekanntheitsgrades wurden zu 100 % erreicht.

Durch vorsichtige On- und Offsite-Suchmaschinenoptimierung steht gestohlen.org nun auch für das wichtigste Keyword "gestohlen" (immerhin 2.4 Millionen Konkurrenzwebsites) bei Google auf Platz 1.

So konnte die Anzahl der Besucher der Website zeitweise um mehr als 1000 % gesteigert werden und liegt nun nachhaltig bei ca. 450 % über dem Niveau der ersten beiden Quartale 2008. Übrigens - mehr Website Designs finden Sie auch unter auf der Website der **Werbeagentur Berlin**.

PR Agentur Berlin - Eventelligence ltd.
110PRO ltd.
PR Büro III: Bossestrasse 10
10245 Berlin
Germany

Fon +49.(0)30.293.81.97-10
Fax +49.(0)30.293.81.97-29

Email: mail@pr-agentur-berlin.de
Web: www.pr-agentur-berlin.de

HRB AG Berlin-Charlottenburg HRB 106994B

Link zur Quelle dieser Seite:
<http://www.pr-agentur-berlin.de/2008/10/website-besucher.html>