Social SEO

Stand: 04.07.2022

Steigern Sie Ihre Reichweite: Social SEO kann Ihr Ranking beeinflussen



Auch beim Thema Suchmaschinenoptimierung sollten die Netzwerke bedacht werden. Alle Empfehlungen, die durch soziale Netzwerke oder soziale Plattformen generiert werden, senden Signale: Links, Likes, Shares und viele weitere Arten. Diese beinhalten eine soziale Interaktion mit den Nutzern oder das Bereitstellen von teilenswerten Inhalten.

Mithilfe von Plug-Ins können Buttons für Social Signals meist leicht in die eigene Internetpräsenz eingebunden werden, um entweder Inhalte zu teilen oder das Social Media Profil mit einem „Like“ zu belohnen. So kann der Nutzer zum Klicken animiert werden. Ziel von **Social SEO** ist es, das Besucherverhalten gezielt zu lenken und durch höheren Traffic auch ein höheres Ranking bei Google zu erhalten.

Verschiedene Möglichkeiten, SEO bei Social Media einzusetzen



Die unterschiedlichen Plattformen und Arten von sozialen Netzwerken verlangen nach einer intensiven Auseinandersetzung mit der **relevanten Zielgruppe Ihres Unternehmens**. Mithilfe einer durchdachten und professionell konzipierten Online Marketing Strategie können Sie aber schnell herausfinden, wie Sie Ihre User am besten und effektivsten ansprechen. *Social SEO hilft Ihnen, das Beste aus dem jeweiligen Netzwerk herauszuholen*.

Google+ und YouTube

Eine gute Möglichkeit für eine Verbesserung des Rankings, ist eine **Unternehmensseite bei Google+** zu erstellen. Mit der Verknüpfung von „Google My Business" sind Sie so erst richtig für Google als Unternehmen sichtbar und können eine bessere Platzierung in den Ergebnislisten erhalten. Des Weiteren wird rechts neben den organischen Suchergebnissen auch eine kurze Biografie oder ein Profil Ihres Unternehmens mithilfe des Knowledge Graphs dargestellt, bei dem der User alle relevanten Informationen und Bewertungen zu Ihrem Unternehmen vorgestellt bekommen. Da Google+ trotz mehrfacher Unkenrufe noch immer ein wichtiges Netzwerk für die SERPs bei Google ist, sollte ein Profil dort obligatorisch für alle Unternehmen sein.

Ebenfalls aus SEO-Sicht äußerst interessant ist die **zweitgrößte Suchmaschine neben Google** – deren eigenes Videoportal YouTube. Mit etwas Geschick für spannendes Storytelling können Sie sich durch inhaltlich hochwertige Videos auf YouTube zusätzlich *eine hohe Positionierung in den Suchmaschinenergebnissen* sichern. Sicher ist, dass Sie jedoch auch bei Video SEO einige Aspekte beachten sollten, damit alles konform für Mensch und Suchmaschine optimiert ist.

Facebook, Twitter & Co.

Alle Social Media Aktivitäten, die im Netz von Ihnen ausgestreut werden, hinterlassen Spuren, die für Google sichtbar sind und in das Suchmaschinen-Ranking mit einfließen. Auch auf den anderen bekannten sozialen Netzwerken können Sie durch **Social SEO** vieles dazu beitragen, dass Google die richtigen und relevanten Signale von Ihnen erhält. Bis vor kurzem wurden Beiträge des sogenannten Kurznachrichtendiensts Twitter meist nicht, oder nur unregelmäßig in den Suchmaschinenergebnissen bei Google aufgeführt. Seitdem beide Netzgrößen seit Mai 2015 jedoch kooperieren, werden auch Twitter-Nachrichten zu Suchbegriffen in der organischen Suche erscheinen. Hier bietet sich ebenfalls

Optimierungspotenzial im Bereich Social SEO für Unternehmen.

Mit einem aktiven Twitterprofil, das den Nutzern Informationen und Neuigkeiten mitteilt, können Sie Besucher auf Ihre Seite holen und so **nötigen Traffic** generieren. Mit über eine Milliarde Nutzer im Jahr 2014 weltweit ist Facebook das wohl größte und noch immer beliebteste soziale Netzwerk in der Social Media Welt. In Deutschland verzeichnet der Social-Media-Riese allein 34 Millionen Nutzer insgesamt.

Die Reichweite ist demnach enorm. Mit einem ähnlichen Angebot wie auch bei Google+ können Sie bei Facebook **Unternehmensseiten** erstellen und den Usern dort Neuigkeiten und Stories zu Ihren Produkten und Dienstleistungen präsentieren. Auf diese Weise treten Sie mit Ihren Usern in Interaktion und können so auch wieder nützlichen Traffic auf Ihre Website lenken. Nutzen Sie also unbedingt die Möglichkeiten aus, die Ihnen durch Facebook geboten werden.

Xing

Besonders im Bereich E-Recruiting kann es auch von Vorteil sein, eine **Profilseite** beim sozialen Netzwerk Xing anzulegen. Xing ist ein börsennotiertes Unternehmen und das führende berufliche Netzwerk der Region DACH mit über 8 Millionen Mitgliedern 2014. Xing bietet im Gegensatz zum amerikanischen Pendant LinkedIn vielfach Vorteile im lokalen KMU-Bereich. (Quelle: https://corporate.xing.com/fileadmin/IR/XING_AG_ergebnisse_FY_2014.pdf)

Grundfunktionen der Social Media Plattform sind kostenlos, für ausführlichere Informationen und Daten besteht auch die Möglichkeit, sich einen kostenpflichtigen Account anzulegen. Als Unternehmen bietet sich bei Xing die Möglichkeit, Trafic aus dem B2B-Bereich auf seine Seite zu lenken.



Was sind suchmaschinenwirksame Social Signals?



Hier handelt es sich um **Nutzerrückmeldungen** in den jeweiligen sozialen Netzwerken, die je nach Social-Media-Plattform individuell gestaltet sind. Bei Google+ ist es das sogenannte „+1“, bei Twitter entweder

ein „Like“ oder der Retweet einer interessanten Nachricht und bei Facebook neben dem „Like“ oder „Gefällt mir“ das Pendant des „Teilens“. Sobald die Social Signals von Usern verwendet werden, entsteht eine noch nicht eindeutig bewiesene Korrelation zum Ranking der Seite bei Google.

Da aber nicht eindeutig klar ist, inwieweit die Social Signals nun wirklich als Rankingfaktor fungieren, sollte das Hauptaugenmerk der Unternehmenspräsenz darauf liegen, mit gutem Content zu punkten, den Brand zu stärken und so Traffic zu generieren.

Stärken der Authority und der Marke durch Social SEO



Durch das natürliche Vergrößern der Anzahl von Backlinks kann erreicht werden, dass die sogenannte **Authority** Ihrer Website anwächst. Die Authority ist für Googles Algorithmen ein weiteres Rankingsignal, da sie eine Wertigkeit der eigenen Web-Präsenz repräsentiert. Je größer die Authority ist, umso wertiger erscheint sie Google, und erhält zugleich eine bessere Positionierung.

Aber nicht nur die Authority in Bezug auf Google steigt durch Social Signals, sondern auch die Bekanntschaft bzw. Autorität Ihrer Marke! Seiten mit einem starken Brand werden von Google ebenfalls bevorzugt in den SERPs behandelt.

Indirekter Backlink Aufbau: Klassische Backlinks immer noch wichtiger als Social Signals?

Es ist definitiv sicher, dass natürliche Backlinks ein wichtiges Rankingsignal neben dem Besucherverhalten und dem Traffic sind. Theoretisch sind Social Signals nichts anderes als Backlinks aus sozialen Netzwerken und können deshalb ebenfalls einen ähnlichen Einfluss wie Backlinks haben. Wichtig ist, dass der Backlinkaufbau auf natürlichem Weg stattfindet. Die virale Verbreitung von Inhalten trägt einiges zu einem natürlichen Backlinkaufbau bei. Solch generierte Backlinks interpretiert der Suchmaschinenalgorithmus von Google mit einer höheren Wertigkeit. Die Devise lautet also: Ein **natürlich gewonnener Backlink**

mittels guter Inhalte ist wesentlich mehr Wert, als alle anderen. Nur so kann Ihre Position in den SERPs erheblich verbessert werden.

Traffic mit Social SEO generieren



Das Ziel einer professionellen Optimierung mithilfe von **Social SEO** ist es, mehr Traffic zu generieren. Traffic ist deshalb besonders wichtig, weil Google es als Rankingfaktor für die organischen Suchergebnisse innerhalb der Suchmaschine heranzieht. Sobald Sie Inhalte über Social Media Plattformen für Ihre User bereitstellen, werden die bei Interesse daraufhin auch gern Ihre Website besuchen. So wird neuer Traffic generiert. Haben Sie also besonders spannende, lustige, diskussionswürdige und informative Themen über die sozialen Netzwerke gestreut, können Sie garantiert von Besuchern auf Ihrer Seite profitieren.

Ein zusätzlicher Vorteil von mehr Traffic auf Ihrer Website ist die Stärkung Ihrer eigenen Marke. Und **Brandtrust** ist ebenfalls ein wichtiger Rankingfaktor, mit dem Sie Ihre Position in den SERPs wesentlich verbessern können. Zusätzlich kann durch eine Traffic-Steigerung natürlich auch mehr Umsatz generiert werden. Social SEO lohnt sich demnach gleich doppelt für Sie!

Content Marketing für Social SEO nutzen



Social Media lebt von Inhalten. Aber nicht spröde Produktvorstellungen sind das, was sich User und

Kunden wünschen, sondern spannende und kreative Beiträge, die gern geteilt werden. Innovation ist eines der Schlagworte, die eng im Zusammenhang mit Social Media Aktivitäten stehen. Nur, wenn Nutzer zum Interagieren animiert werden, kann ein Unternehmen von diesen Online Marketing Maßnahmen profitieren. Und nur so können Sie die Aufmerksamkeit und gleichzeitig neue Besucher auf Ihre Website lenken.

Nutzer von Social Media Plattformen, wie Facebook, Google+ oder Xing verlangen von Unternehmen Kommunikation und Inhalte mit Mehrwert. Achten Sie deshalb darauf, dass Sie regelmäßig die sozialen Netzwerke mit hochwertigen Inhalten bedienen und diese sinnig verteilen. Ihre Zielgruppe dürfen Sie dabei nie aus den Augen verlieren. Wenn Sie so **echte Backlinks** generieren und Signale erzeugen, haben Sie eine gute Grundlage geschaffen, um Ihren Traffic zu steigern und dadurch höheren Umsatz sowie Brandtrust zu erzeugen.

Wie verbessere ich mein Social SEO?

Die einfache Antwort darauf lautet: Mit Ihren möglichst **hochwertigen Inhalten**! Schreiben Sie informative Texte, posten Sie unterhaltsame Bilder und überzeugen Sie mit professionellen Videos. Des Weiteren sollte alles, was dem Thema angemessen erscheint ebenfalls nicht außer Acht gelassen werden: Statistiken und Infografiken visualisieren für den User die wichtigsten Informationen. So können Sie eventuell sogar den textuellen Inhalt einfacher darstellen.



Setzen Sie auf die virale Verbreitung Ihrer Markenbotschaft. Wenn Ihre Inhalte so gut sind, dass Sie von den Usern als teilenswert erachtet werden, verbreiten sie sich nämlich ganz wie von selbst. Denn die Devise lautet: Je öfter ein Inhalt geteilt wird, desto stärker verbessert sich Ihr Ranking bei Google. Um seine Inhalte in den sozialen Netzwerken so optimal wie möglich zu präsentieren, sollten diese für den User ansprechend dargestellt werden.

Eine Usability Optimierung ist stark mit **Social SEO** verbunden, denn neben den Algorithmen von Google ist der Nutzer im Netz ebenso relevant für Ihre Ranking-Position. Achten Sie darauf, dass wichtige und aktuelle Inhalte immer im „Above The Fold“ Bereich der Website zu sehen sind. Dieser Bereich ist das erste, was User zu sehen bekommen und sollte Ihr Aushängeschild der Website sein.

Ebenfalls sollten Inhalte thematisch zusammen gehalten werden – machen Sie die Navigation für Ihre User so einfach wie möglich, damit die **Absprungrate möglichst gering** bleibt. Gesamt lässt sich sagen, dass eine ständige Überwachung und Analyse aller wichtigen Zahlen und Parameter das A und O der Suchmaschinenoptimierung ist, und nur dann ein Erfolg garantiert ist. Ein mächtiges und wertvolles Tool zur Analyse der wichtigsten Aspekte ist zum Beispiel Google Analytics & CrazyEgg. Um das Besucherverhalten, Klickraten und Absprungraten im Blick zu haben, ist der Einsatz dringend zu empfehlen. Ziel ist es natürlich, die Zahlen dahingehend zu optimieren, dass Sie möglichst gute Ergebnisse durch den Einsatz von Social SEO erzielen.

Fazit

Auch wenn nicht zu 100 Prozent sicher ist, ob Social Signals einen starken Einfluss auf das Ranking bei Google besitzen, so kann doch mithilfe von Social SEO das Besucherverhalten gezielt gelenkt werden und der **Traffic gewinnoptimierend gesteigert** werden. Und der Traffic sowie das Besucherverhalten sind die relevanten Rankingfaktoren, die Google definitiv in seinen Algorithmen berücksichtigt. Eine Website, die eine hohe Verweildauer und eine geringe Absprungrate hat, ist in den Augen von Google immer eine qualitativ hochwertige Quelle. Hochwertige Seiten werden von Google mit einem höheren Ranking und von Ihren Nutzern durch vielfaches „Teilen“ oder „Liken“ belohnt!

Profitieren Sie von unserer Expertise als SEO-Agentur und starten Sie mit uns durch!