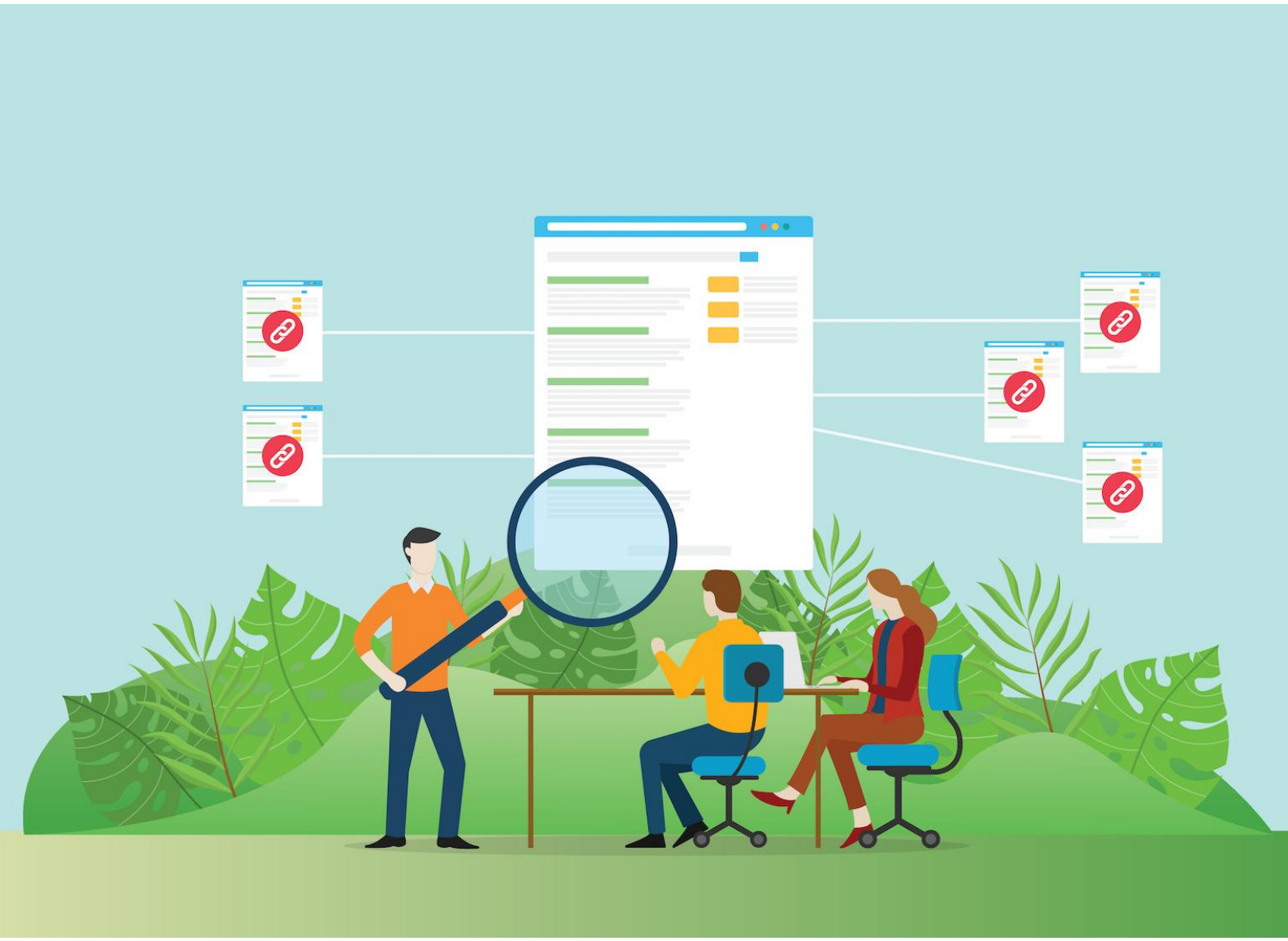
trusted blogs

V0821

»Content is king but distribution rules the land«
(Adam Robinson)

WARUM BLOG-MARKETING IMMER WICHTIGER WIRD.



Inhalt

Inhalt	2
Blogs? – WTF?!	3
Was ist Blog-Marketing?	4
Was macht Blog-Marketing so besonders?	5
Welche Ziele lassen sich mit Blog-Marketing erreichen?	6
Blog-Marketing vs. Influencer-Marketing	7
7 Unterschiede: Influencer-Marketing und Blog-Marketing	8
5 Gründe, um mit Bloggern zusammenzuarbeiten	10
Über trusted blogs	11

Blogs? – WTF?!

Blogs existieren schon seit der Entstehung des World Wide Web. Kein geringerer als der Erfinder des WWW, Sir Timothy Berners-Lee, startete im Jahr 1990 den ersten Blog. Allerdings wurde seine Website damals noch nicht so genannt: es dauerte noch fast zehn Jahre, bis die Online-Tagebücher (Weblogs) als **Blogs** bezeichnet wurden.

Erst seit ein paar Jahren gelten Blogs nicht länger nur als persönliche Tagebücher. Ausgelöst durch einen regelrechten Hype um die „Vermarktungs-Wunderwaffe" **Content-Marketing**, werden Blogger von den Marketers in Unternehmen und Agenturen jetzt auch als wertvolle Kooperationspartner wahrgenommen.

Seitdem wird **Blog-Marketing** immer häufiger eingesetzt, um neue Kunden zu erreichen und den Umsatz zu steigern.

Heute sind sich alle namhaften Experten einig:

Die Verbreitung von relevantem Content wird zum wichtigsten Marketing-Instrument der kommenden Jahre.

Und weil die **Erstellung** und die **Verbreitung** hochwertiger Inhalte besonders gut im Rahmen einer Zusammenarbeit mit Bloggern funktioniert, entwickeln wir bei trusted blogs Tools für effiziente Kooperationen. Mit mehr als 7.000 registrierten, deutschsprachigen Blogs und unserer Blog-Suchmaschine sind wir heute führend im Blog-Marketing.

Was ist Blog-Marketing?

Per Definition ist Blog-Marketing ein Teilbereich im Content-Marketing. Dieses wiederum beschreibt Wikipedia als eine Marketing-Technik, die mit informierenden, beratenden oder unterhaltenden Inhalten die Zielgruppe ansprechen soll, um sie vom eigenen Unternehmen, Produkten, Leistungen oder der eigenen Marke zu überzeugen und sie als Kunden zu gewinnen oder zu halten.

Besser als Werbung: Empfehlungen

Der gravierende Unterschied vom Blog-Marketing zu anderen Werbeformen besteht darin, dass Botschaften und Informationen nicht von den Werbetreibenden selbst gesendet werden, sondern von Dritten: den Bloggern.

Blogger genießen bei ihren Lesern ein großes Vertrauen. Darum können sie Inhalte mit einer viel höheren Glaubwürdigkeit transportieren, als jede Eigenpublikation eines Unternehmens, wie zum Beispiel eine Pressemeldung oder ein aufwändig produzierter Werbespot.

Es ist eine Tatsache, dass wir Empfehlungen von Bekannten und Freunden mehr Vertrauen und mehr Aufmerksamkeit schenken, als jedem Sprecher im TV-Werbespot und jeder Hochglanz-Anzeige im Fachmagazin. Die oft zitierte Authentizität der Blogger zeichnet Blog-Marketing aus.

75%

aller Internetnutzer lesen Blogs

66%

der Blogleser kaufen nach Empfehlungen

50%

aller Kaufentscheidungen basieren auf Empfehlungen

Was macht Blog-Marketing so besonders?

1. Glaubwürdigkeit / Trust

Wir vertrauen den Empfehlungen von Freunden und Bekannten mehr, als den Werbebotschaften von Händlern oder Herstellern.

2. Wirkungsdauer

Klassische Marketingformate funktionieren, so lange dafür bezahlt wird. Blogposts hingegen entfalten ihre Wirkung auch dann noch, wenn die vorausgegangene Kampagne schon lange abgeschlossen ist.

3. Suchmaschinen-Relevanz

Blogbeiträge werden von Suchmaschinen indexiert und können von der Zielgruppe immer genau in dem Moment gefunden werden, wenn gerade ein konkretes Interesse besteht.

4. Geringer Streuverlust

Die Ausrichtung eines Blogs auf ein spezifisches Thema führt zu einer besonders engen Verbundenheit mit der jeweiligen Zielgruppe. Dadurch sind Streuverluste im Vergleich zu anderen Werbeformaten deutlich geringer.

5. Raum für Content

Ein Blogartikel bietet unbegrenzt Platz und viele Möglichkeiten für ausführliche Produktbeschreibungen, übersichtliche Präsentationen und detaillierte Erfahrungsberichte.

Welche Ziele lassen sich mit Blog-Marketing erreichen?

1. Wahrnehmung (Awareness) verbessern

Jeder Blogpost zahlt auf die positive Wahrnehmung bei der Zielgruppe ein. Dabei betrachten Blogger Sachverhalte durch die Brille der Nutzer und erläutern komplizierte Dinge aus der Sicht eines Anwenders. Merke: Kein Mensch will von einem Unternehmen *selbst* hören, wie toll es ist!

2. Sichtbarkeit in Suchmaschinen steigern

Blogposts verbessern die Online-Sichtbarkeit: je mehr Beiträge mit Backlinks zu einer Website im Suchergebnis erscheinen, umso größer wird die Chance, über Google gefunden zu werden. Und: Blogposts werden nicht gelöscht, so dass sie auch nach vielen Monaten und sogar Jahren wirken.

3. Reputation verbessern

Dieser Punkt wird in seiner Bedeutung stark unterschätzt: vor einem Kauf suchen Nutzer oft nach Rezensionen und Erfahrungsberichten; besonders wenn sie einen Anbieter nicht kennen. Blogartikel erhöhen das Vertrauen in ein Unternehmen und können Kaufentscheidungen positiv beeinflussen.

4. Kunden gewinnen

Die Verbreitung von relevanten Inhalten ist der effektivste Weg, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erhalten. Marketer Adam Robinson hat Recht: »Content is king and distribution rules the land.« Blog-Marketing umfasst die Produktion und die Distribution von hochwertigem Content. Genau darum sind Blogger-Kampagnen für die Kundengewinnung hervorragend geeignet und haben einen besseren ROI als andere Maßnahmen.

Blog-Marketing vs. Influencer-Marketing

Sind Blogger auch Influencer? Und ist Blog-Marketing und Influencer-Marketing eigentlich dasselbe? Die klare Antwort ist **Nein**.

Es gibt signifikante Unterschiede, die man kennen muss – insbesondere, wenn man Blog-Marketing oder Influencer-Marketing erfolgreich nutzen will.

Mit dem Fokus auf Kundengewinnung und Kundenbindung zählt Blog-Marketing zum **strategischen Marketing**. Daraus ergeben sich in Bezug auf die Zielsetzung sowie bei den Key Performance Indikatoren (KPI) klare Unterschiede zum Performance-Marketing, zu dem das Influencer-Marketing zählt.

Gegenwärtig erhält das Influencer-Marketing mehr Beachtung und größere Etats, als das Blog-Marketing.

Der Trend zeigt aber in Richtung Blog-Marketing; gestützt von namhaften Experten, die eine nachhaltige Verbreitung von relevantem Content als zukünftig wichtigsten Marketingkanal beurteilen.

Auf den nächsten beiden Seiten zeigen wir auf, wie sich Blog-Marketing und Influencer-Marketing unterscheiden. Beide Methoden haben ihre jeweiligen Stärken und bieten Möglichkeiten, um unterschiedliche Ziele zu erreichen.

7 Unterschiede: Influencer-Marketing und Blog-Marketing

Kategorie

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
Strategisches Marketing	**Sales Promotion**

Blog-Marketing eignet sich zur positiven Veränderung von Image und Wahrnehmung einer Marke oder eines Unternehmens. Influencer Marketing funktioniert gut für verkaufsorientierte Aktionen.

Zielsetzung

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
Business Development	**Brand Building**

Blog-Marketing stärkt die Positionierung als Experte und vertrauenswürdiges Unternehmen. Influencer-Marketing verbessert die Identität einer Marke.

Kosten

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
moderat	**hoch**

Eine Blogger-Kampagne inkl. 4 Posts startet bereits unter 1.000,- Euro. Ein einzelner Post im Stream eines Instagram Influencers mit 1 Million Follower kostet gegenwärtig 5.000,- Euro bis 10.000,- Euro.

Wirkungsdauer

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
lang	**kurz**

Blogposts wirken durch die Suchmaschinen-Indexierung in dem Moment, wo danach gesucht wird; auch noch nach Jahren. Beiträge von Influencern wirken nur im Augenblick der Veröffentlichung.

Streuverlust

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
gering	**hoch**

Blog-Marketing: durch Themen-Fokussierung werden nur daran interessierte Personen erreicht. Influencer-Marketing: viele Follower interessieren sich für den Influencer, aber nicht für den Artikel.

Vertrauen

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
hoch	**gering**

Blogger genießen einen langfristig erarbeiteten Experten-Status und gelten als authentisch. Influencer hingegen verlieren Vertrauen aufgrund von Follower-Kauf und Marktübersättigung.

Reichweite

Blog-Marketing:	Influencer-Marketing:
gering	**hoch**

Blog-Reichweiten sind geringer als die der Influencer. Statistiken gibt es nicht. Die Analyse mit Tools wie Similarweb oder Sistrix hilft. Entscheidend ist die Beurteilung der Reichweite in der Zielgruppe.

5 Gründe, um mit Bloggern zusammenzuarbeiten

1. Blogger erreichen Deine Zielgruppe

Die Spezialisierung auf ein (Nischen-) Thema ermöglicht die gezielte Ansprache der jeweiligen Zielgruppe ohne Streuverlust.

2. Blogger sind authentisch

Blogger berichten subjektiv über eigene Erfahrungen, geben ehrliche Einschätzungen und schreiben persönliche Empfehlungen.

3. Blogger erstellen kreativen Content

Der Gestaltung von Blogposts sind keine Grenzen gesetzt. Sie können Text, Bild, Video, Sound, Interaktion und Links beinhalten.

4. Blogger sind Markenbotschafter

Blogger transportieren Inhalte und Informationen über die eigene Website hinaus in Social-Media-Kanäle und in das „echte Leben".

5. Der Content ist unbegrenzt verfügbar

Blogposts erreichen die Leser genau dann, wenn sie danach suchen. Die Artikel sind immer erreichbar und dauerhaft verfügbar.

Über trusted blogs

trusted blogs wurde 2015 gegründet von Eduard (Eddy) Andrae, Rüdiger Schmidt und dem IT-Unternehmen team neusta als Investor.

Wir glauben an relevanten Content als wichtigstes Marketing-Instrument der Zukunft. Darum haben wir uns auf Blog-Marketing spezialisiert.

Wir machen die Suche nach passenden Blogs für Kooperationen überflüssig. Und mit Tools wie dem Honorar-Rechner und dem Lückentext-Generator machen wir Blog-Marketing spielend leicht. Spezielle Kenntnisse sind nicht nötig, der gesunde Menschenverstand reicht aus. Überzeuge Dich und erstelle eine Kampagne auf

www.trusted-blogs.com/booking

oder melde Dich bei uns:

(0421) 460 460-80 info@trusted-blogs.com

Rüdiger (*1966) kennt sich aus mit großen Unternehmen und mit komplexen Projekten. Rüdiger verantwortet bei uns das operative Geschäft und kümmert sich um alle internen Prozesse.

Eddy (*1966) bloggt mit Leidenschaft seit vielen Jahren und kam dabei auch auf die Idee zu trusted blogs. Eddy bringt Erfahrungen als Gründer, Einzelhändler und Agenturmensch mit.