

Rechtliche Hinweise

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors Aufgrund eigener Erfahrungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen. Gegebenenfalls ist eine Beratung bei einem Anwalt, Wirtschafts- oder Steuerberater angeraten.

SPRACHREGELUNG:

Zur Vereinfachung beim Schreiben und Lesen wird immer die männliche Form verwendet: der Leser, der Gründer usw. Dieser Artikel dient als allgemeiner Gattungsbegriff und schließt weibliche Personen automatisch mit

ein.

Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten.

Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verlegen sind für deren Aktivitäten nicht verantwortlich.

Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Daraus resultierende Einkommen und Gewinne sind allein von Motivation, Ehrgeiz und Fähigkeiten des jeweiligen Lesers abhängig.

Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben.

Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, können geistiges Eigentum darstellen und dürfen nicht kopiert werden.

INHALTSANGABE

RECHTLICHES	2
INHALTSANGABE	4
BUZZ GENERATION	13
Humor	14
DIE REGELN BRECHEN	15
Kontroverse	16
Antizipation	18
Inspiration	19
“Das muss ich meinen Freunden zeigen!”	20
Belohnungen	21
VIRAL MARKETING TECHNIKEN	22
Ebooks	25
Artikel	26
Pressemitteilungen	26
Videos	27
Tell-a-friend	27
Trends und Forum Marketing	28
JOINT VENTURES AND AFFILIATES	33
FACEBOOK, TWITTER FÜR MAXIMALE VIRALE CAMPAIGNS	41
Facebook	41
Twitter	43
Nachwort	48

Einleitung

Was hat Barack Obama gemeinsam mit dem Blair Witch Project und Hotmail?



Auf den ersten Blick haben wir hier den mächtigsten Mann der Welt, einen relativ alten Horrorfilm und einen kostenlosen Email Service.

Ein Charakteristikum ist, dass Sie alle virale Werbekampagnen benutzten, um massiv Erfolg zu erzielen. Natürlich war Präsident Obamas Erfolg nicht allein das Resultat seiner Online-Kampagnen, aber seine unglaubliche Reichweite durch Online-Kampagnen half sicherlich mit, Dutzende von Spendenrekorde zu brechen.

Präsident Obamas Wahlkampf beruhte ausschließlich auf privaten Spenden, viele von diesen kamen durch das Internet und waren kleiner als 200 Dollar. Die Kampagne zog Vorteile

aus den Social Media ebenso wie aus der Macht des viralen Video Marketings, um massenhaft Follower zu rekrutieren.

Momentan hat Präsident Obama über eine Million Follower auf Twitter, über sechs Millionen Freunde auf Facebook und annähernd 1,6 Millionen Fans auf Myspace.

Es wurde ein Video produziert, um Menschen zu motivieren, ihre Stimme für Obama zu geben, welches sich sehr schnell wie ein Virus verbreitete. Wenn jemand das Video betrachtete, konnte er seinen Namen darin sehen, der in einer humorvollen (und erfundenen) Nachricht vorkam, worin Obama von McCain mit einer einzigen Stimme Vorsprung geschlagen wurde.

Der Nichtwähler trug den Namen des Betrachters. Auf der Seite, wo man das Video anschauen konnte, gab es einen Link, um das Video Freunden zu senden, wobei das Video wie mit deren Namen personalisiert wurde.

Das Video war kurz, aber es erreichte sehr starke Aufmerksamkeit durch seinen Humor und seine einfache und dennoch massive Aussage: wählen zu gehen.

Das Blair Witch Project war ein Independent Film, der 1999 veröffentlicht wurde. Er hatte ein ganz schmales Budget und enthielt Ausnahmen, manchmal in schwarzweiß, von einer Handheld Videokamera. Die Filmemacher veröffentlichten im Internet Filmausschnitte, die suggerierten, dass die Ereignisse

im Film wirklich passiert seien. Dies erregte ein gewaltiges Aufsehen – jeder sprach darüber.

Durch seine virale Kampagne wurde aus dem Werk schnell der Independent Film mit dem höchsten Einspielergebnis aller Zeiten. Er brachte es sogar zu einem Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde wegen seinem Verhältnis von Produktionskosten zu Kinokassenumsatz; der Film hatte ein Budget von 22.000 US\$, aber jeder ausgegebene Dollar brachte fast 11.000 Dollar ein!

Hotmail gewann mehrere Millionen User in relativ kurzer Zeit nach seinem Start. Auch das wurde durch Viral-Marketing erreicht.

Hotmail war ein Pionier auf seinem Gebiet, indem es kostenlosen Service anbot, als jeder andere Dienstleister noch Gebühren kassierte. Jede versandte Mail enthielt einen kleinen Hinweis, der dem Empfänger einen kostenlosen Hotmail Account offerierte.

Zu der Zeit war der Köder einfach: ein gratis Emailkonto. Die Leute, die den kostenlosen Service genossen, tendierten dazu, ihn anderen zu empfehlen, weil sie ihn so gut fanden. Heutzutage ist solch ein Köder lange nicht mehr so verlockend wie damals, als das Internet noch jung war. Dennoch ist es auch heute nicht schwer, Köder zu kreieren, wie wir in einer Minute diskutieren werden.

Da Sie jetzt eine Vorstellung von der Macht des Viral Marketings haben, lassen Sie mich kurz definieren, was es eigentlich ist. Wir alle kennen Viren im Bereich Gesundheit und Computer. Während das Adjektiv ‚viral‘ im pathologischen Sinn eine negative Assoziation hat, ist es im Marketing ein gewaltiges Modewort.

Viral Marketing entfaltet seine Kraft in Social Media und Mund-zu-Mund Propaganda und erschafft einen Selbstläufer. Die meisten viralen Kampagnen können allerdings nicht ewig laufen und sind auch nicht darauf ausgelegt.

Obwohl Hotmail beispielsweise immer noch häufig genutzt wird, hat es doch seinen Neuheitenfaktor verloren, und in den letzten Jahren hat sich die Popularität zu Gunsten von Googles Freemail Service „Gmail“ verlagert.

Lassen Sie uns die Wirkung von Viral Marketing untersuchen, indem wir uns ein paar Beispiele anschauen, die zwar alle nicht viel mit Marketing im Allgemeinen zu tun haben, aber dennoch außerordentliches Wachstum durch gut strukturierte virale Kampagnen aufweisen.

Kennen Sie die indische Legende von dem Erfinder des Schachspiels und seinem König? Als der Erfinder dem von Langeweile geplagten Herrscher sein neu erfundenes Spiel

zeigte, war dieser davon so angetan, dass er ihn fragte, was er dafür haben will.

Der Erfinder bat um ein Reiskorn auf dem ersten Quadrat des Schachbretts, um zwei Reiskörner für das zweite Quadrat, um vier Reiskörner für das dritte Quadrat, um achte Reiskörner für das vierte Quadrat und so weiter. Falls Sie mit Schach nicht so vertraut sind: Ein Schachbrett hat 64 Felder. Der König, etwas schwach in Mathematik, war mit der bescheidenen Belohnung einverstanden und befahl, dass der Wunsch erfüllt werde.

Doch er konnte sein Versprechen nicht einlösen, denn es gab im ganzen Königreich nicht genug Reis, um den Erfinder auszuzahlen. Selbst auf der ganzen Welt ist nicht genug vorhanden.

Hier ist ein bisschen Gedankenfutter für Sie: Was würden Sie lieber haben wollen, 100.000 Euro in einer Summe sofort oder einen Cent, der sich einen Monat lang jeden Tag verdoppelt?

0,01
0,02
0,04
0,08
0,16
0,32
0,64
1.28
2.56
5.12
10.24
20,48
40,96
81,92
163,84
327,68
655,36
1.310,72
2.621,44
5.242,88
10.485,76
20.971,52
41.943,04
83.886,08
167.772,16
335.544,32
671.088,64

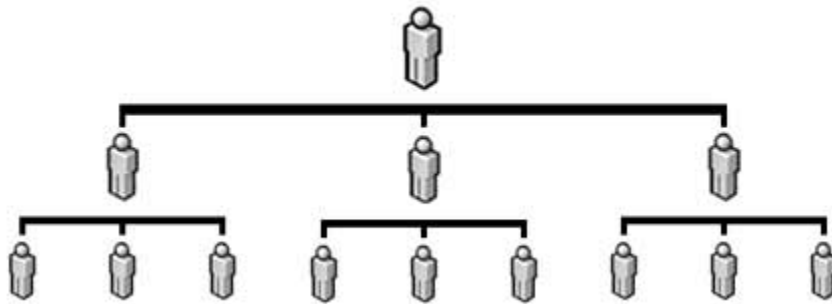
Tag 28 – 1.342.177,28

Tag 29 – 2.684.354,56

Tag 30 – 5.368.709,12

In 30 Tagen wird aus einem sich täglichverdoppelnden Cent die erstaunliche Summe von über fünf Millionen Euro. Was wäre, wenn diese Zahl nicht Euros, sondern Webseiten-Besucher repräsentieren würde?

Was würde passieren, wenn jeder Besucher statt zwei Freunden jeweils drei Freunden etwas empfehlen würde?



Um eine sehr hohe Verbreitung zu erreichen, brauchen Sie etwas, das wertvoll genug ist, um von Freunden, Kollegen und Geschäftsleuten miteinander geteilt bzw. weitergereicht zu werden. Sie brauchen etwas, das so gut ist, dass Leute sich schlecht fühlen, wenn sie anderen NICHT davon erzählen würden oder das sie so inspiriert, es weiterzuverbreiten, dass die Kette in dem Maße weiter wächst, wie jeder fortfährt, die Botschaft seinem jeweiligen inneren Kreis mitzuteilen.

Das Schöne an der Sache ist, dass von Ihrer Seite keine weiteren Anstrengungen mehr nötig sind, den „Virus“ zu verbreiten, wenn Sie erst einmal die Initialzündung Ihrer viralen Kampagne gemacht haben.

Wie Sie sehen, kann Viral Marketing die effektivste einzelne Traffiv-Generierungs-Methode sein, die Sie als Werbemethode für Ihr Geschäft einsetzen können. Wenn es richtig gemacht wird, bezwingt Viral Marketing jede andere Traffiv-Methode: Suchmaschinen-Optimierung für organischen Traffic, PPC-(Paid per Click-)Kampagnen, Joint Ventures und Partnerprogramme.

In diesem Ebook werden Sie lernen, Aufmerksamkeit erregende virale Kampagnen für Ihr Online Business zu kreieren, die ihre Eigendynamik auch lange nach dem Start beibehalten, außer Kontrolle geraten und unbegrenzt Besucher auf Ihre Website fluten.

Das macht Spaß. Lassen Sie uns beginnen!

Buzz Generation

Apropos: Den Video Clip, der in der Einleitung erwähnt wurde, können Sie hier ansehen: [here](#).

Wenn Sie den Clip ansehen, werden Sie erkennen, warum er sich so schnell viral fortpflanzte. Das Video verwendet eine zuvor kaum genutzt Technologie, wo der Betrachter ein tell-a-friend Script verwendet, um personalisierte Links zu erzeugen, so dass der Name des Freundes im Video selbst erscheint.

Das Video leitet automatisch auf eine Seite um, wodurch Sie in der Lage sind, Ihren Freunden eine E-Mail mit einem Link auf deren persönliche Videos zu senden; das macht es wirklich einfach, die Botschaft zu verbreiten.

Das Video ist nicht nur lustig, es packt die Aufmerksamkeit des Betrachters augenblicklich durch Humor und Innovation.

Online Businesses, die sich auf Viral Marketing konzentrieren, haben in Fallstudien nachgewiesen, dass eine Kampagne mit Personalisierung immer jede andere deutlich schlägt. Der Grund ist einleuchtend: Die Menschen identifizieren sich besser mit der Aussage, wenn Sie Teil des Ganzen sind.

So, wie erstellen Sie nun etwas, das Begeisterung auslöst und zu viraler Verbreitung führt? Hier sind ein paar Dinge, die Aufmerksamkeit erregen, so dass man darüber spricht:

Humor

Der beste Weg, etwas viral zu machen! Seit es YouTube gibt, kann jeder Durchschnittsmensch jedes vorstellbare Video hochladen. Sie glauben gar nicht, wie viele Leute jeden Tag Stunden auf YouTube zubringen, um nach lustigen Videos zu suchen, die Sie dann auch mit Freunden und Verwandten teilen.

Vor fünf, sechs Jahren lud absolut niemand ein Video von sich hoch, in dem er die Lippen synchron zu einem rumänischen Pop Song mit dem Titel Dragostea din tei bewegte.

Das Video, mit einer Webcam aufgenommen, hat **über 28 Millionen Views auf Youtube** und machte den Gebrauch von Webcams populär zu dem einzigen Zweck, sich selbst beim Singen eines Liedes aufzunehmen und auf Plattformen wie Youtube hochzuladen.

Klingt bizarr und lächerlich?

Sie sind möglicherweise überrascht, wie einfach die meisten dieser viralen Videos sind. Wenn Sie eine Zeitlang auf Video Communities wie YouTube verbringen, ist es in der Tat wahrscheinlich, dass Sie auf viele Ideen für ein eigenes virales Video kommen.

[Watch the Numa Numa Dance on Youtube](#)

Im Jahre 2007 gewann eine junge Lady aus South Carolina den Titel der Miss Teen USA 2007. Nach dem Sieg wurde ihr eine einfache Frage gestellt. Ihre Antwort brachte es bislang auf 35 Millionen Views.

[Watch Miss Teen USA 2007 answer the question](#)

Humor ist die beste Form von Viral Marketing, ohne Ausnahme.

Die Regeln brechen

Wie viele Male sind Sie als Internet Marketer schon von stinknormalen, langweiligen, immer gleichen Verkaufstexten belästigt worden?

Sie wissen, wovon ich spreche, diese Werbetexte, die Behauptungen aufstellen, einen ziemlichen Rummel machen und versuchen, den Leser zu motivieren und in Aufregung zu versetzen, damit er bestellt.

Vor ein paar Jahren erschien The Rich Jerk auf der Bildfläche und kreierte ein höchst populäres Produkt, über das innerhalb der Internet Marketing Industrie viel gesprochen wurde. RJ brach alle Regeln: Er war kein bescheidener Marketer, der sich

in den Leser einführte, er hatte keinen typischen Verkaufsbrief und für viele war er direkt beleidigend.

<http://www.RichJerk.com>

Indem er sich von der Masse unterschied, erregte RJ eine ganze Menge Aufmerksamkeit für sich und sein Produkt. Anzeigen für sein Programm begannen überall aufzutauchen und obwohl sein Produkt nur \$9,97 kostet, können Sie darauf wetten, dass er eine Menge Geld machte und immer noch macht, einfach aus der Tatsache, dass er frisch und frech war. Manche lieben ihn, andere hassen ihn, aber auf alle Fälle ist er unglaublich anders als die Mehrheit, was ihm erlaubte, in seinem Markt Fuß zu fassen und eine solch starke virale Kampagne zu erzeugen, dass sie bis heute anhält.

Kontroverse

Wenn Sie eine allgemein akzeptierte Tatsache nehmen und auf einmal bezweifeln, ist das, wie wenn Sie in ein Wespennest stochern. Sie spalten Ihr Publikum in mindestens zwei Fraktionen, eine, die Sie unterstützt und eine, die Sie bekämpft. Wenn Sie so verfahren, führt das zu erhitzten Diskussionen und ständiger Interaktion.

Vor einiger Zeit wurde eine dreiteilige Dokumentation direkt im Internet veröffentlicht, weil die Produzenten meinten, dass sie

ihre Meinung kundtun müssten. Die drei Teile handelten von Religion, den 11. September und das US-Bankensystem.

Das Christentum ist die größte Religion gemessen an der Zahl der Menschen, die sich zu ihr bekennen; etwa ein Drittel der Weltbevölkerung sind Christen. Also ist sie auch die "richtige" Religion, richtig?

Am 11. September 2001 steuerten Terroristen zwei Flugzeuge in das World Trade Center und legten es in Schutt und Asche, richtig?

Die Vereinigten Staaten beteiligten sich an zwei Weltkriegen und der Vietnamkrieg verteidigte Demokratie und Freiheit, richtig?

[Watch the Zeitgeist Movie and its sequel Zeitgeist: Addendum](#)

Es spiel keine Rolle, ob Sie den Filmemachern zustimmen oder nicht. Die Tatsache, dass sie den Mut hatten, an die Öffentlichkeit zu treten und allgemein akzeptierte "Fakten" in Frage zu stellen, brachte ihnen massive Publicity, positive wie negative.

Wissen Sie, was sie sagen? Jede Publicity ist gute Publicity. Bei uns geht es jedoch um Online Business, deshalb sollten wir versuchen, ein positives Image aufzubauen. Aber das heißt

nicht, dass wir die Macht der Kontroverse nicht nutzen können, so zu verfahren.

Antizipation

Im Jahre 2008 wurde ein Film Trailer veröffentlicht, der Aufnahmen einer Handheld Camera enthielt (erinnert an The Blair Witch Project).

Der Trailer begann mit der Aufnahme von Leuten, die eine Abschiedsparty feierten, und mit saloppem Umgangston, wie man ihn nicht unbedingt in einem Film erwartet, geschweige denn in einem Werbetrailer. Das Ganze wirkte eher wie ein selbstgedrehtes Video, das die offenen Unterhaltungen einer Gruppe von Freunden darstellte. Genau die Art von Video, das Sie auf der Geburtstagsparty eines Freunden drehen würden.

Plötzlich gehen alle Lichter aus und der Film geht schnell zu einem Nachrichtensprecher über, der von lautem Getöse aus der Stadt berichtet.

Als alle wie wahnsinnig nach draußen rennen, um zu sehen, was da los ist, erschüttert eine riesige Explosion New York City und Trümmerteile fliegen überall herum.

Um den Trailer noch aufsehenerregender zu machen, folgt die Kamera einem Trümmerteil, der in der Nähe niedergeht und sich als der Kopf der Freiheitsstatue herausstellt. Der Filmtitel wird nicht erwähnt, nur das Datum des Programmstarts.

[Watch the Cloverfield movie trailer](#)

Inspiration

Wie auf lustige Videos sprechen auch viele Menschen auf inspirierende an. Begeisternde Videos sind ebenso kraftvolle Werkzeuge, weil sie starke Emotionen im Betrachter erzeugen und sie nötigen, die Message des Videos mit ihren Freunden zu teilen.

[Watch Stand by Me as produced by Playing For Change](#)

Die gemeinnützige Organization Playing for Change versucht, durch Musik die Welt zu vereinen und kulturelle, politische und religiöse Gräben zu überbrücken. Der oben verlinkte Clip zeigt eine Gruppe von verschiedenartigen Musikern aus aller Welt, die eine klasse Darbietung des alten Klassikers "Stand By Me" singen.

"Das muss ich meinen Freunden zeigen!"

Haben Sie jemals ein Bild gesehen, ein Video angeschaut oder eine Story gelesen, das Sie danach ausrufen ließ "Wow!"? Das sind genau die Dinge, wo Sie gar nicht anders können, als sie mit Ihren Freunden zu teilen bzw. mitzuteilen.

Nachdem Sie die folgenden Clips gesehen haben, werden Sie verstehen, wie Leute in kurzer Zeit Millionen Views und deshalb auch tonnenweise Traffic auf ihre Websites bekommen, falls sie einen Link eingebaut haben.

[Watch the Battle at Kruger](#)

[Watch the most ridiculous basketball shot ever](#)

Das folgende Video fällt unter verschiedene Kategorien. Es ist lustig, es ist inspirierend und es macht einen verdammt guten Job, diverse Gefühle bei Betrachtern hervorzurufen, die von Vergnügen, Lachen, Schock bis vielleicht auch Ärger reichen, je nachdem, wer sie sind. Sicherlich haben Sie schon von Susan Boyle gehört. Falls nicht: Sie war 2008 eine Bewerberin in der britischen Talentsuch-Show *Britain's Got Talent*.

Jeder Teil des Videos, von Susans Interview über die Reaktion des Publikums vor und die Begeisterung nach dem Auftritt trugen zu dem viralen Erfolg des Videos bei.

[Watch Susan Boyle sing "I Dreamed a Dream"](#)

Belohnungen

Leute zu "bestechen", anderen Leuten Ihre Seite zu empfehlen, ist eine weit verbreitete Taktik im Internet Marketing, um eine Site viral zu machen. Manchmal ist man sich gar nicht bewusst, dass man bestochen oder belohnt wird, eine Seite zu empfehlen, man fühlt sich einfach gezwungen, es zu tun.

Eine häufige Methode, Leute dazu zu bringen, ein Produkt zu promoten, ist, ihnen 100% Provision zu geben.

Zwar mögen manche nicht die Idee, 100% Provision zu zahlen (weil es mehr den Umstand betont, dass man durch Empfehlungen Geld verdienen kann, als dass das Produkt wegen seiner Vorzüge empfohlen wird), aber viele Leute kassieren gerne 100%, weil ein einziger Verkauf ihre Investition wieder amortisiert. Die Menschen lieben es, kostenlose Dinge zu bekommen, aber sie lieben es noch mehr, kostenpflichtige Sachen kostenlos zu bekommen.

Eine weitere clevere Technik, womit Produkteigentümer mehr Leads erhalten, ist die, etwas kostenlos abzugeben und anschließend dieser Person noch mehr Kostenloses anzubieten, was aber erst ausgehändigt wird, wenn sie eine bestimmte Anzahl Leute empfohlen haben.

Natürlich ist das zusätzliche Gratis-Produkt weit besser als das erste Geschenk, so dass dieser Verbraucher schon mal einen Vorgeschmack bekommt, aber deswegen auch mehr will.

Noch eine zwar nicht ganz so clevere, aber trotzdem effektive Methode für eine erfolgreiche virale Kampagne ist das Veranstellen eines Wettbewerbes oder Events. Wenn Sie schon einmal ein Joint Venture Partner bei einem Produkt Launch waren, kennen Sie solche Wettbewerbe. Dabei legt der Produkteigentümer den Zeitrahmen fest, in welchem der Wettbewerb abgehalten wird.

Der Veranstalter bietet Preis an, die von Bargeld bis elektronische Geräte reichen, manchmal sind es auch mehr exotische Belohnungen wie Reisen oder Autos. Auch werden Pre-Launch Wettbewerbe veranstaltet, wo den besten Empfehlungsgebern ähnliche Preise winken. Wenn Sie in der Lage sind, starke Joint Venture Partner zu gewinnen und fantastische Preise bieten können, dann haben Sie einen sehr erfolgreichen Launch.

Viral Marketing Techniken

Sie haben gesehen, warum bestimmte Dinge sich wie ein Virus verbreiten: Sie sind normalerweise Spaßig, faszinierend oder irgendwie toll. Wie implementieren Sie nun Viral Marketing in Ihr Geschäft?

Nun, Viral Marketing ist quasi Doping für Ihre Traffic Generierung. Traditionelle Methoden können viral sein, oder auch nicht. Wenn Sie zum Beispiel einen Fachartikel schreiben und ihn bei einem Artikelverzeichnis einreichen, bekommen Sie einige Views und Klicks.

Wenn Sie jedoch einen viralen Artikel schreiben, bekommen Sie Tonnen von Traffic. Wie genau schreibt man einen viralen Artikel?

Nun, zunächst einmal muss der Artikel gut geschrieben sein, eine interessante Schlagzeile haben und eine starke Handlungsaufforderung in der Bio Box haben, um mehr Clickthroughs zu bekommen

Was aber einen Artikel wirklich viral macht, ist das Thema. Gehen Sie auf Google Trends. Lesen und sehen Sie Nachrichten. Beobachten Sie Talkshows. Das alles tun Sie, um herauszufinden, worüber die Welt heute spricht.

Mit dem Ausbruch der Schweinegrippe beispielsweise, gab es eine massive Berichterstattung in den Medien. Plötzlich sprach auch jeder online über Schweinegrippe, gab es Postings in Blogs, wurde Produkte erstellt, die den Menschen beim Umgang mit Schweinegrippe helfen sollten und es wurden auch Schweinegrippe Artikel geschrieben und verkauft.

Oftmals sind virale Kampagnen nicht nachhaltig. Das ist besonders dann der Fall, wenn es um Events wie Produktneuvorstellungen oder Trends wie Muttertag geht. Wenn das Ereignis vorüber ist, gibt es keinen Grund mehr, darüber zu reden und die Kampagne stirbt.

Es ist nichts Schlimmes, wenn Kampagnen sich totlaufen. Wenn Muttertag vorbei ist, gibt es einfach keinen Anlass, weiter darüber zu reden. Das Beste ist in diesem Fall, nach einem neuen Trend Ausschau zu halten.

Der Reiz des Kostenlosen veranlasst Menschen immer, sich für Ihr Produkt zu interessieren. In einer Zeit, in der Leute erwarten, dass sie beworben werden, sind qualitativ höherwertige Gratisdinge zunehmend populär geworden, sowohl für Interessenten zum Downloaden als auch für Produkteigentümer, um ihre Emailadresslisten aufzubauen.

Die traditionelle Vorgehensweise in Blogs, auf Verkaufsseiten und sonstwo ist, einen Gratisreport gegen Angabe von Name und Emailadresse abzugeben. Das funktioniert zwar immer noch, aber das allein macht Traffic noch nicht viral.

Auch bezüglich Gratis-Content haben die User Qualitätsstandards. Wenn die Interessenten bekommen, was sie erwarten, sind sie zufrieden. Wenn Sie kostenfrei mehr als erwartet liefern, haben Sie sofort Pluspunkte bei Ihren Neukunden gemacht.

Ebooks

Eine effiziente Methode, um Besucherzahlen mit viralen Ebooks zu erhöhen, ist das Abdrucken von Links zu Ihren Seiten oder sogar von Affiliate-Links in dem Ebook. Am effektivsten ist es, wenn nur relevante Produkte und Dienstleistungen empfohlen werden.

Auf diese Weise ist es für die Leser nicht nur in Ordnung, dass Sie Links ins Ebook gesetzt haben, sie sind auch dankbar dafür, dass Sie ihnen nützliche Produkte, Dienstleistungen oder Tools vorstellen.

Artikel

Artikel sind eine großartige Methode, das Interesse eines Besuchers anzustacheln sowie seine Neugierde zu befriedigen. Der Schlüssel, um viele Leser zu bekommen, ist eine exzellente Schlagzeile. Ob jemand auf Google oder in einem Artikelverzeichnis nach einem bestimmten Thema sucht, das erste, was jeder sofort sieht, ist die Überschrift.

Ihr Artikeltext kann noch so gut sein, aber das spielt keine Rolle, wenn Ihre Überschrift nicht hervorsticht.

Pressemitteilungen

Pressemitteilungen sind eine viel zu wenig genutzte Möglichkeit, große Aufmerksamkeit zu erzielen. Wenn Sie eine Pressemitteilung schreiben, müssen Sie Nachrichten haben, die es wert sind, darüber zu sprechen.

Sie müssen auch sicherstellen, dass die Nachricht auffällt und die Aufmerksamkeit des Lesers gewinnt.

Pressemitteilungen sind nicht geeignet für die direkte Vermarktung. Das wäre so ähnlich, wie wenn jemand in einem Zeitungsartikel versuchen würde, Gesangsunterricht zu geben.

Vielmehr müssen Sie Aufmerksamkeit auf sich ziehen durch Humor, durch die Fähigkeit, auf den Leser und seine Probleme einzugehen und sie zu lösen, und auch durch Einzigartigkeit. Grundsätzlich müssen Sie es „redewürdig“ machen.

Videos

Über Videos haben wir schon gesprochen, aber es wichtig, noch einmal die Bedeutung von viralen Videos zu betonen. Wie Sie in den zuvor genannten Beispielen gesehen haben, kann Ihnen ein einziges Video praktisch über Nacht Prominentenstatus verschaffen.

Das ist natürlich nicht realistisch für Durchschnittsmenschen und das sollte auch nicht Ihr primäres Ziel sein, wenn Sie ein Video produzieren. Das Ziel ist aber, irgendwie großartig zu sein, großartig genug, dass jemand ein gutes Gefühl hat, jemandem anderen davon zu erzählen.

Tell-a-friend

Haben Sie jemals etwas gratis heruntergeladen oder etwas gekauft und sind dann gleich gebeten worden, „dies Ihren Freunden zu senden“?

Das ist durch ein Script geschehen, das treffend "tell-a-friend script" heißt. Eines der besten und beliebtesten ist: [Mike Filsaime's Viral Friend Generator](#)

Falls Sie diese Scripte noch nicht in Aktion erlebt haben: Im Grunde müssen Sie nur ein paar Eingabefelder ausfüllen wie die Email-Adresse des Freundes und Ihre persönliche Message hinzufügen. Das ist im Prinzip alles.

Trends und Forum Marketing

Ich erwähnte bereits, dass es nützlich ist, sowohl in der Online- wie in der Offline-Welt die Augen offen zu halten für Trends, denn viele Leute sprechen bereits darüber. Lassen Sie uns noch einmal kurz das Schweinegrippe-Beispiel hernehmen. Wenn Sie etwas in dieser Nische machen, sei es ein Produkt kreieren oder eine Pressemitteilung schreiben, stellen Sie sich damit bereits an die Spitze einer wachsenden Masse.

Als die Medien begannen, über Fälle von Schweinegrippe zu berichten, unterhielten sich die Leute darüber mit ihrer Familie, ihren Arbeitskollegen und ihren Freunden. Menschen, die nicht Zeitung lasen oder Nachrichten sahen, erfuhren früher oder später dennoch davon durch andere Menschen. Marketing, das auf Trends basiert, ist gewiss nicht lang andauernd, aber das Schöne ist, dass es jeden Tag neue Trends gibt.

Auf dem Gebiet des Internet Marketings kommen und gehen die Trends nicht so schnell. Manche Trends halten sich ziemlich lange, während andere nach ein paar Monaten schon wieder verschwinden.

Als Blogging aufkam und populär wurde, schoss seine Kurve bei Google Trends in den Himmel. Heute ist es nicht mehr so heiß, wie es einst war, aber es ist immer noch ein sehr gefragtes Thema.

Wie können Sie also in der Internet Marketing Nische aus Trends Kapital schlagen? Am besten gehen Sie dazu auf IM Foren. Der Grund ist, weil hier die Leute zusammen kommen, die Internet Marketing lernen und lehren wollen. Ohne diese Foren hören Sie nicht die Hälfte von dem, was in der IM Welt vor sich geht.

Gehen Sie auf Foren wie [Warrior Forum](#) und [Digitalpoint Forum](#), schauen Sie durch die Diskussionen und Sie erkennen, worüber die Menschen reden:

📁	Wordpress Advice Please blue4lol	🔖
📁	Quality or quantity? MunkMurray	🔖
📁	How Do I Monetize An Article Directory? reapr	🔖
📁	Are You Making \$100 Daily From Article Marketing yommys01	🔖
📁	Alertpay Virtuemart payment module jensrsa	🔖
📁	Need to Rotate ad's but confused.. Intreprenneur	🔖
📁	Is there a How to Use Facebook tutorial? Barbara Eyre	🔖
📁	More ways to Monetize Twitter rlnorthcutt	🔖
📁	Caffeinated Content problems Nasty S	🔖
📁	Different IPs raydp	🔖
📁	Review Plugin For Wordpress? Byron_Wells	🔖

✓	[Twitter App] I think I found the next BIG thing! Nice hard2kill
✓	Making money with Twitter seem hard!? - 6 days old gemini5011
✓	FREE Classified Ads Sites - 56 days old miketops1
✓	Social Bookmarking Websites - 4 days old prattorga
✓	Who can help my promote my website? - 1 day old bpled
✓	Blog's - days old Ross Sheal

Wordpress und Web 2.0 Sites, insbesondere Twitter, erhalten in den Foren zurzeit eine Menge Aufmerksamkeit. Eine andere extrem populäre Nische ist momentan die offline Gold Nische,

wo Online Marketer ihre Services an Offline Businesses verkaufen.

Lassen Sie uns einen Blick auf ein paar beliebte Warrior Special Angebote werfen, welche Threads im Unterforum des Warrior Forum sind, wo Warriors Dinge an andere Warriors verkaufen können. Die Zahlen am rechten Rand jedes Screenshots geben die Antworten und Views an.

How the HECK did Maria Gudelis generate \$50,000 her FIRST WEEK in Offline Consulting?!? (1 2 3 ... Last Page) Maria Gudelis	05-07-2009 05:52 PM by misterwrecker	150	6,802	Warrior Special Offers Forum
---	---	-----	-------	------------------------------

Nische: Offline Gold

<input checked="" type="checkbox"/> How I Made \$580K Using PUBLIC DOMAIN Works! (1 2 3 ... Last Page) Kneb Knebah	★★★★★	05-07-2009 08:00 PM by Bishop81	412	21,406
---	-------	------------------------------------	-----	--------

Nische: Public Domain

<input checked="" type="checkbox"/> HOW I CASHED IN WITH CPA OFFER\$-MAKE \$5K-30Days Kid Can do! SIMPLE METHODS! -ALL MONEYMAKERS! (1 2 3 ... Last Page) honestbizpro	★★★★★	05-07-2009 06:33 PM by honestbizpro	604	39,585
---	-------	--	-----	--------

Nische: CPA

Very cheap ecover and Minisite design! Limited time offer and Get the same price After WSO! (1 2 3 ... Last Page) semmyw		05-07-2009 11:38 AM by Mike Hersh	304	16,585
---	--	--------------------------------------	-----	--------

Graphic Design Service

<input checked="" type="checkbox"/> Dominate Google's FIRST PAGE! First packet of 30 High Page Rank backlinks FREE! (1 2 3 ... Last Page) Angela V. Edwards	★★★★★	05-07-2009 08:54 PM by Angela V. Edwards	1,133	38,185
--	-------	---	-------	--------

Backlink Packets

Lassen Sie uns diese Warrior Special Offers einen Moment näher untersuchen. Ich habe diese Screenshots gewählt, weil sie etwas gemeinsam haben: Sie gehören zu den populärsten WSOs auf ihrem jeweiligen Gebiet.

Wie sie dort hingekommen sind, ist einfach: Sie sind die Besten, bei dem, was sie tun. Ein paar Leute haben versucht, ihre Public Domain Produkte zu verkaufen, Tonnen von Graphik Designern kommen und gehen, viele Leute bieten geheime Backlinkquellen an; nun, machen Sie sich selbst ein Bild.

Die obigen Special Offers kommen immer wieder zurück, weil die Leute sie lieben. Die Leute verlinken auf sie auch ohne darum gebeten worden zu sein und reden darüber die ganze Zeit, weil sie es wirklich wert sind. Zum Beispiel ist es üblich, dass Leute auf den obigen WSO Thread verwiesen werden, wenn Sie nach Backlinks fragen.

Es gibt keine Affiliate Programme für WSOs und absolute keine finanziellen Zuwendungen, wenn Leute anderer Leute Threads empfehlen. Die User wissen guten Content zu schätzen und wenn Sie ihn also ausstellen, werden die Leute über Sie sprechen, ohne eine Gegenleistung dafür zu erwarten.

Am Anfang, als Web 2.0 und Social Media Sites auftauchten, wussten viele Leute nicht, was sie damit anfangen sollten. Sie haben vielleicht davon gehört oder es selbst einmal gedacht, dass Youtube für Videos mit Lausbubenstreichen, Myspace für unbekannte Musiker und Facebook für College Kids ist.

Diese Dinge gibt es zwar auch auf den jeweiligen Seiten, aber in der Hauptsache sind sie soziale Kraftpakete. Leute hängen

auf Facebook und Youtube herum, wenn sie nichts Besseres zu tun haben ... stundenlang am Ende.

Warum ich Ihnen das alles erzähle? Weil Sie diesen Trends folgen müssen und sich selbst als ein Experte positionieren müssen, am besten in Nischen, die weniger besprochen sind (wie z.B. Public Domain), aber wenn Sie es dann auf einer heißen Plattform (wie z.B. Twitter) tun, wird es für Sie viel einfacher, viral zu werden.

Twitter Gold Rush - how to find a HUGE targeted list of customers using Twitter! (1 2 3 ... Last Page) Dana_W	04-23-2009 08:27 PM by sellerscompanion	214	12,360	Warrior Special Offers Forum
--	--	-----	--------	---------------------------------

Nische: Twitter Marketing

In Kurzform: Bleiben Sie auf dem Laufenden, positionieren Sie sich als Experten und veröffentlichen Sie großartigen Content (kostenfrei und kostenpflichtig), um sich selbst ins Gespräch zu bringen.

Joint Ventures und Affiliates

Wenn Sie erst einmal ein Partnerprogramm für Ihr Produkt erstellt und eine Armee von Affiliates rekrutiert haben, verstehen Sie wirklich, was passives Einkommen heißt. Aber eins nach dem anderen. Lassen Sie uns erst darüber sprechen, wie man Affiliates oder Joint Venture Partner anwirbt.

Erinnern Sie sich, als ich zuvor sagte, dass Sie sich und Ihr Produkt zum Gesprächsthema machen müssen? Unterscheiden Sie sich von der Masse oder von Affiliateprogrammen, die sehr bonusintensiv sind. Tun Sie etwas, das Ihre potenziellen JV Partner und Affiliates anspricht.

Joint Venture Partner sind zu unterscheiden von Affiliates. JV Partners sind Leute, die Sie zu gewinnen suchen, um Ihr Produkt zu promoten, wenn Sie es der Öffentlichkeit neu vorstellen.

Dies sind die Leute, die Sie üblicherweise bei Laune und gut informiert halten müssen. Die Beziehung zwischen einem Produkthersteller und seinen JV Partnern ist gegenseitig nutzbringend. Von den JV Partnern darf erwartet werden, dass sie ihr Bestes tun, um eine Vorfreude auf den Launch zu erzeugen und dass sie sich nach dem Launch der Bewerbung des Produktes verpflichtet fühlen. Affiliates dagegen sind Partner, die Produkte auf Marktplätzen wie Clickbank finden und Kampagnen erstellen, um sie zu vermarkten.

Letztere sind nicht exklusiv eingeladen, die Werbetrommel für einen Produkt Launch zu rühren und erhalten im Vergleich zu JV Partnern normalerweise auch nicht die gleiche Aufmerksamkeit durch den Produkteigentümer. Damit Ihr Affiliateprogramm aber viral wird, müssen Sie jedem, der es promotet, eine gewisse Aufmerksamkeit schenken und nicht nur den Topleuten.

Einen der populärsten Kurse über Artikel-Marketing finden Sie auf <http://www.bummarketingmethod.com>. Er wurde von einem Mann namens Travis Sago erstellt. Sein E-Kurs über Bum Marketing (manche sagen, das sei ein anderer Name für Artikel Marketing, andere meinen, es ist ein wenig anders) ist aus mehreren Gründen sehr beliebt.

Wenn Sie sich für seinen E-Kurs einschreiben, werden Sie sofort feststellen, dass seine Emails randvoll sind mit Goldnuggets an Informationen und viel Persönlichkeit und Humor enthalten.

Von den großartigen Lektionen über Bum Marketing abgesehen, enthält sein Kurs auch eine tolle Lektion über Viral Marketing. Ich gehe hier nicht in die Details, wie oder warum der Email-Kurs ein Erfolg wurde, es reicht, wenn Sie wissen, dass das der Fall ist.

Travis ist auch der Schöpfer des Bestsellers „The Magic of Making Up“ in der „Love & Romance“ Unterkategorie (unter Society & Culture) auf Clickbank. Sein Produkt ist allen anderen dieser Kategorie weit voraus in Bezug auf Anziehungskraft und weil er seine Affiliates zu behandeln weiß. Aber es gibt noch einen weiteren Grund, warum er mit diesem Produkt so erfolgreich ist: die Art und Weise, wie er Affiliatepartner bekommt.

Sie erinnern sich noch an den Bum Marketing E-Kurs? Travis verbindet das eine mit dem anderen: Er lehrt die Partner, wie sie Bum Marketing anwenden, um sein Produkt zu bewerben! Das ist genial und das läuft wahnsinnig gut.

Wir lernen von Travis: Wenn man ein Produkt hat und will, dass ein Affiliateheer dafür ohne Unterlass Werbung macht, dann muss man sich um die Partner kümmern, indem man ihnen nicht nur beibringt, wie man Promotion macht, sondern ihnen auch eine Menge Tools bereit stellt wie z.B. Keyword Phrasen, Banners und Artikel, um ihnen die Werbearbeit zu erleichtern.

Eine andere Methode, Werbepartner zu bekommen, ist die, aus Ihren Kunden Affiliates zu machen. Das funktioniert wirklich nur in der Internet Marketing Nische, weil viele Leute außerhalb derselben überhaupt nicht wissen, was Affiliate Marketing ist. In einer Ihrer Nachbewerbungen erwähnen Sie einfach, dass Sie großzügige Provisionen zahlen und dass das Bewerben Ihres Produktes leicht und profitabel ist.

Die wichtigsten Dinge, die Sie Ihren Affiliates bieten, sind: ein qualitativ hochwertiges Produkt mit belegbaren Konversationsraten, eine ansehnliche Summe Geld pro Verkauf (wohl wichtiger als der Prozentsatz je Verkauf), mehr Werbetools, als sie jemals nutzen können und ständige Kommunikation und Support.

Eine Armee von JV Partnern zu haben, ist ein ganz anderes Ballspiel. Typischerweise werden sie rekrutiert, um an einem Produkt Launch teilzunehmen.

Wichtig ist dabei, dass solche Produkteinführungen als Event behandelt werden, wie etwa bei der Ankündigung eines neuen Films, wo Begeisterung und Vorfreude über einen Zeitraum von zwei oder mehr Wochen aufgebaut wird und viele Aspekte des Produkts (wie z.B. der Preis) geheim gehalten werden, um eine Spannung zu erzeugen.

Eines der besten Produkte, wenn nicht sogar *das* beste Produkt in Bezug auf virale Produkt Launches (Pre-Launch, Launch und Post-Launch) ist Mike Filsaime's [Butterfly Marketing Manuscript](#).

Ich gebe Ihnen einen kurzen Abriss der Pre-Launch Phase:

Für eine vollständige Produkteinführung müssen Sie Ihre JV Partner 1-2 Monate davor informieren, um ihnen genügend Zeit zu geben, um Mailings zu planen und vorzubereiten. Um die Sache interessant zu machen, müssen Sie Dinge wie Provision pro Verkauf und Konversationsraten angeben.

Um die Konversationsrate zu ermitteln, senden Sie einer kleinen Gruppe von ein- bis zweitausend Menschen ein Pre-Launch Test-Mailing. Die Testpersonen können aus Ihrer eigenen Liste stammen oder der eines großzügigen JV Partners.

Wenn Sie einen neuen JV Partner bekommen, sollten Sie ihn herzlich willkommen heißen. Weisen Sie alle Partner auch auf einen JV Blog hin, wo Sie regelmäßig Updates, Werbematerial, Pre-Launch Content und so weiter posten.

Wenn Sie nicht regelmäßig nachfassen, werden Ihre JV Partner Ihren Launch VERGESSEN. Es sollte keine Engpässe an Material geben, mit dem diese ihre Kunden bewerben können. Wenn Sie sich nicht abheben von der Masse, na ja, dann viel Glück...

Eines der besten Mittel, um sich abzuheben, ist, einen JV Wettbewerb zu veranstalten. Wir haben alle schon Produkteigentümer gesehen, die Angebote machten wie "zusätzliche \$5 für jeden 3. Verkauf", "50% Provision für ein \$17 Produkt" oder kolossale \$100 für den top JV Partner. Laaaaangweilig!

Was möchten Leute als Preise gewinnen? Was reizt die Mehrheit Ihrer JV Partner? Das Beste ist, Cash anzubieten. Auch gut ist Fun Stuff wie Spielkonsolen, Apple Produkte (z.B. Macbooks, iPods etc.) oder sogar noch verrücktere Preise wie Reisen.

Verwenden Sie Ihren Verstand, wenn Sie JV Contest Preise festlegen. Wenn Sie ein Boot als Preis aussetzen, dann könnten gewiss manche Leute nicht daran interessiert sein.

Wenn Sie ein Macbook als Preis anbieten, dann könnte das überzeugten PC Fans nicht gefallen. Nein, Bargeldpreise sind immer eine sichere Bank.

Noch eine Bemerkung zu Bargeldpreisen: Stellen Sie sicher, dass Sie genug Geld haben und verdienen, um auszahlen zu können. \$5.000 für den ersten Preis ist sicherlich attraktiv für JV Partner, aber wenn der Gesamtwert der Preise \$15.000 beträgt und Sie nur \$14.000 Gewinn machen, dann haben Sie draufgelegt. Sie sollten sich auch Bedingungen überlegen, um sich für Preise zu qualifizieren, wie z.B. so und soviel Verkäufe als Voraussetzung für den zweiten Platz und so und soviel für den ersten.

Um massives Pre-Launch Aufsehen zu erregen, könnten Sie auch einen Pre-Launch Leads Contest veranstalten.

In der Phase vor der eigentlichen Produkteinführung sollten Sie regelmäßig guten Content an Ihre JV Partner liefern, mit dem diese ihre potenziellen Kunden versorgen können.

Das alles macht ihnen Appetit auf mehr. Ihr Ziel während der Pre-Launch Phase muss sein, sie richtig heiß zu machen und ihnen immer ein paar Happen zu füttern, um sie den Tag der Produkteinführung herbeisehnen zu lassen.

Schaffen Sie Anreize, dass Interessenten sich in die Voranmeldungsliste eintragen. Dabei könnte es sich um kostenlosen Extra-Content handeln, das Versprechen von

zusätzlichen Material nach der Produkteinführung, oder bieten Sie vorzeitigen Zugang zur Verkaufsseite, um dem Gedrängel am offiziellen Starttag zu entgehen.

Führen Sie ein künstliche Verknappung herbei, indem Sie nur eine bestimmte Anzahl Leute zulassen. Es kommt häufig vor bei großen Launches, dass Server zusammenbrechen. Wenn man also die Möglichkeit hat, ein bisschen früher zugelassen zu werden, ist das ein richtiger Leckerbissen und Grund, sich vorab einzutragen.

Stellen Sie sicher, dass Sie mit den Voranmeldern regelmäßig in Kontakt bleiben, andernfalls ist es kontraproduktiv für den Zweck der Liste.

Die Essenz dieses Abschnitts ist: Versorgen Sie Ihre neuen Kunden mit solidem Content, machen Sie es Ihren Affiliates und Joint Venture Partnern lohnenswert und leicht, für Sie zu werben, und bleiben Sie mit jedem regelmäßig in Kontakt.

Facebook und Twitter für maximale virale Kampagnen

Facebook

Nein, Facebook ist nicht nur für College Kids. Ja, Facebook ist großartig, um sich mit anderen Marketern zu vernetzen und mit Ihren Freunden und/oder Geschäftspartnern in Verbindung zu bleiben.

Um Facebook-Freunde per Autopilot zu bekommen, verlinken Sie auf Ihre Facebook-Adresse, wo immer Sie können: Ihre Foren Signatur, am Ende jeder Mail, die Sie versenden, in Ihren Ebooks oder auf Ihren Websites. Wenn sie überall platziert ist und wenn Sie es wert sind, auf Facebook als Freund hinzugefügt zu werden, dann werden Sie es auch. Und denken Sie immer daran, dass Leute Sie immer als Freund austragen können, also geben Sie keinen Anlass dazu.

Sie können auf anderer Leute Walls schreiben, Multimedia miteinander teilen und sogar Events auf Facebook veranstalten. Was war dieser wichtige Event noch mal...oh ja!

Ihr Produkt Launch! Wenn Sie Marketing Freunde haben, zu denen Sie eine starke Beziehung haben, dann kreieren Sie eine Gruppe für sie, die Ihrer Produktvorstellung gewidmet ist. Das kann ein exklusiver Platz außerhalb Ihres normalen JV

Blogs sein, wo Sie einige Geheimnisse mit Ihren engsten Marketing Kollegen teilen und auch Updates posten.

Facebook ist eine soziale Netzwerk Seite. Nirgendwo in "social marketing" können Sie das Wort "Marketing" finden. Facebook ist ein Ort, um gesellig zu sein und sich zu vernetzen... und wenn Sie denken, dass das doch klar ist, dann sind Sie vielleicht überrascht, wie viele Marketer das vergessen.

Wenn Sie sich mit anderen Marketern in Verbindung setzen und sinnvolle Gespräche beginnen, dann könnten sich diese Beziehungen in der Zukunft für beide Seiten als überaus wertvoll erweisen.

Twitter

Bevor ich mit Twitter beginne, müssen Sie zuvor unbedingt das folgende Video anschauen: [Twouble with Twitter](#).

Im Gegensatz zur allgemeinen Vorstellung ist Twitter nicht nur für Menschen, die sich Aufmerksamkeit für ihr unauffälliges Leben wünschen (z.B. "Ich hatte Müsli heute Morgen LOL"). Manche haben Twitter als Modeerscheinung eingestuft und ungeeignet für Marketing Zwecke.

Dieses Ebook behandelt nicht Twitter, deshalb spreche ich hier nicht davon, wie man durch Twitter Geld machen kann, denn man könnte einen \$1997 Fernstudienkurs aus dem Thema machen.

Manche erzählen Ihnen, Sie sollten eine Menge Follower bekommen, indem Sie einen Guru in Ihrer Nische suchen (angenommen, es ist Internet Marketing) und all seinen Followern folgen. Erstens: Das kostet Sie Stunden um Stunden ermüdendes Following.

Zweitens, was noch wichtiger ist: Auf diese Weise bekommt man keine guten Follower. Stellen Sie sich nur einmal vor, jemand würde durch die Straße gehen und versuchen, mit jedem Freund zu werden, den er sieht.

Die Reaktion wäre auf der Straße etwas anders als auf Twitter, aber das Prinzip ist dasselbe. So sollten Sie es nicht machen.

Wie bei Facebook müssen Sie Ihre Twitter Adresse überall zeigen, wo es möglich ist: in Ihren versandten Emails, in Ihrer Foren-Signatur, auf Ihren Webseiten usw.

Auf diese Weise haben Ihre Follower schon eine Verbindung zu Ihnen, seien es Ihre Kunden, Forenmitglieder, Abonnenten, was auch immer. So wissen Sie auch, dass es sie interessiert, was Sie zu sagen haben.

Wissen Sie noch, dass ich sagte, Soziale Netzwerke sind dazu da, Geselligkeit und Freundschaften zu finden? Manche unerfahrene Twitter User scheinen diese ziemlich offensichtliche Tatsache zu vergessen.

Es gibt kein "marketing" in "social networking". Leute hängen auf Twitter herum, weil sie an Geselligkeit interessiert sind, nicht, weil sie verkauft werden wollen.

Wenn Ihnen jemand neu folgt, dann tun Sie Ihr Bestes, eine persönliche Nachricht zurückzuschicken und bedanken Sie sich für das Follow. Wenn Sie bereits auf Twitter sind, dann haben Sie zweifellos schon automatische Messages erhalten etwa mit dem Inhalt "Danke für den Follow; geh jetzt hierhin und trag dich in meine Liste ein". Das ist, wie wenn man jemand zum ersten Mal trifft und ihn sofort nach seiner Adresse fragt.

So wie Sie auch anspruchsvolle Emails verschicken oder sinnvolle Threads in Foren posten, genau so setzen Sie auch Qualitäts-Tweets ab, damit die Leute Ihnen zuhören.

Es gibt einen Mechanismus bei Twitter, der retweeting genannt wird. Hierbei postet man, was eine andere Person getweetet hat und nennt der ursprünglichen Poster.

Um einiges Aufsehen bei Twitter zu bekommen, muss Ihr Ziel sein, dass eine Reihe von Leuten Ihre Tweets tweeten und retweeten. Um das zu erreichen, müssen Sie tollen Content zur Verfügung stellen. Wie Sie erkennen können, geht es bei Social Networking allein darum, sich einen Namen zu erarbeiten.

Der Vorteil für andere, Ihr Material zu retweeten, liegt nicht nur darin, mit dem Urheber eine Beziehung aufzubauen, sondern auch die eigenen Follower mit gutem Content zu versorgen. Der Inhalt Ihrer Tweets spielt eine wichtige Rolle, denn er beeinflusst den Ruf derjenigen, die Ihr Material retweeten.

Hier ist ein tolles Tool, Ihr Twitter Marketing (damit meine ich die Verbreitung dessen, was Sie zu sagen, nicht was Sie zu verkaufen haben) zu dopen: [Viral Tweets](#).

Statt eine Squeeze Page zu haben, können Sie den Viral Tweets Code einfügen, damit Leute Ihnen auf Twitter folgen statt sich in eine Liste einzutragen. Heutzutage sind die User zunehmend vorsichtig, sich in viele Listen einzutragen, aber fühlen sich besser stattdessen einigen Leuten auf Twitter zu folgen.

So sieht Viral Tweets in Aktion aus:

Enter your information in the form below to claim your FREE software!

Twitter Username:

Twitter Password:

RT Here's The Software @ryanwade
Used To Make Over \$4,000 With One
Tweet ... <http://viraltweets.com>

Follow @kylegraham? ☒

Follow @ryanwade? ☒

Tweet Now!

This information is not stored and only one tweet will be sent

Powered by [Viral Tweets](#)

Wie Sie in dem Tweet sehen können, wird ein beträchtlicher Wert gratis angeboten. Es ist ein Link zurück zu Viral Tweets, aber es ist ein Gratis-Service, der auch sehr leistungsstark ist. Somit bieten Sie Ihren Followern etwas von Wert, indem Sie den betreffenden Tweet versenden.

Sie erkennen, dass Sie diesen zwei Typen automatisch folgen, indem Sie "Tweet Now" klicken, was Ihnen auch Zugang zur Viral Tweets Software verschafft.

Wenn Sie in Ihren Tweets etwas von Wert zur Verfügung stellen, dann fühlen sich die Leute verpflichtet, Ihren Text zu retweeten und auch ihre eigenen Tweets zu machen.

Wenn Sie sich erst einmal auf Twitter einen soliden Ruf als coole Person und smarterer Marketer aufgebaut haben, der regelmäßig starken Content liefert, dann wird der Traffic zu Ihrem Profil und damit zu Ihren Seiten viral.

Schlusswort

Auch auf die Gefahr hin, dass es klingt wie eine Schallplatte mit Sprung: Massiver viraler Traffic kann nur erreicht werden, wenn Sie qualitativen Content zur Verfügung stellen. Manche Dinge wie die, die ich über Social Networking Sites sagte, scheinen so offensichtlich zu sein, dass es fast weh tut und doch werden sie von vielen Leuten ignoriert.

Falls Sie keinen Account bei Facebook oder Twitter haben, müssen Sie jetzt einen einrichten und beginnen, ein Netzwerk und einen guten Ruf aufzubauen. Die Beziehungen, die Sie nun knüpfen, bestimmen, wie erfolgreich Sie in der Zukunft sein werden.

Indem Sie jetzt ein solides Fundament legen, werden Sie ein starkes Netzwerk haben mit Hebelwirkung für Ihr Geschäft, welches Ihnen, wenn Sie den Anweisungen in diesem Ebook folgen, massenhaft viralen Besucherstrom bringen wird.

Los, gehen Sie viral!

