

3.1.3 Twitter zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Alle sozialen Plattformen tragen auf die eine oder andere Weise dazu bei, dass Links, die zu Ihrer Webseite führen, das Suchmaschinenranking erhöhen. Google erkennt vor allem unterschiedliche Kanäle und wertet jeden einzelnen separat als wichtiges Kriterium. Es macht also allein schon deswegen Sinn, unterschiedliche Plattformen zu verwenden, weil sie nebeneinander erfasst werden. So viel, so gut.

Twitterinhalte jedoch werden von Google nicht mehr indiziert. Dies liegt an unterschiedlichen, sicher auch unternehmenspolitischen Interessen. Twitter trägt laut meinen Recherchen im Vergleich zu öffentlichen Inhalten von Facebook Pages, Google+-Inhalten oder XING-Gruppenbeiträgen nur einen sehr geringen Teil zu Ihrer Suchmaschinenoptimierung bei.

Tipp

Merke: Wenn SEO für Sie wichtig ist, dann twittern Sie bitte nur Originallinks. Diese werden von Twitter seit 2012 automatisch gekürzt.

3.2 Twitter ist Kommunikation

Dieser Punkt zieht sich hoffentlich für Sie spürbar wie ein roter Faden durch das Buch. Twitter wurde zur Kommunikation erfunden, und alles, was Sie tun, um dem gerecht zu werden, wird dauerhaft zum Erfolg Ihrer Aktivitäten führen. Halten Sie sich dabei nur ein generelles Schema vor Augen: erst zuhören, dann nachdenken, dann handeln!



Abbildung 3.7: Flipchartzeichnung von Michael Rajiv Shah

Beim Zuhören kommt es darauf an, dass Sie sich nicht nur daran orientieren, dass es durchaus viele Twitterati gibt, deren Tweets gerne weiterverbreitet werden, weil dies eines Ihrer Primärziele sein könnte. Nein, es geht vorher darum, zu verstehen, warum die Inhalte weiterempfohlen werden, und aus diesen Schlussfolgerungen zu lernen. Meist gibt es einen von zwei Gründen, die sehr nah beieinanderliegen bzw. ineinandergreifen.

- ▶ Der Twitterati ist sehr gut vernetzt. Dabei kommt es nicht auf die Menge der Follower an, sondern auf die Interaktion mit anderen Twitterati, sodass eine Beziehung und Vertrauen entstanden ist.
- ▶ Die Inhalte des Twitterati sind einfach gut und/oder der Name desjenigen ist so bekannt, dass dessen Inhalte verteilt werden.