
ARTIKEL- Aufbau



So strukturierst du die gängigsten
Artikel-Arten für deinen
Corporate Blog

Vorlage Artikelaufbau *Listicles*

Sogenannte Listen-Artikel

Titel

- Beginne mit einer Zahl (7 Tipps, 11 Tricks, die besten 5 usw.).
- Beschreibe das Hauptthema oder warum der Leser interessiert sein sollte, aber versprich nicht so viel.
- Verwende dein Ziel Keyword.

Einleitung

- Beginne mit dem Versprechen / Nutzen des Artikels. Wie wird deine Liste dem Leser nützen?
- Halte die Einleitung kurz. Leser wollen schnell zur Liste kommen.
- Sie können hier entscheiden ob sie den Artikel überhaupt lesen möchten.

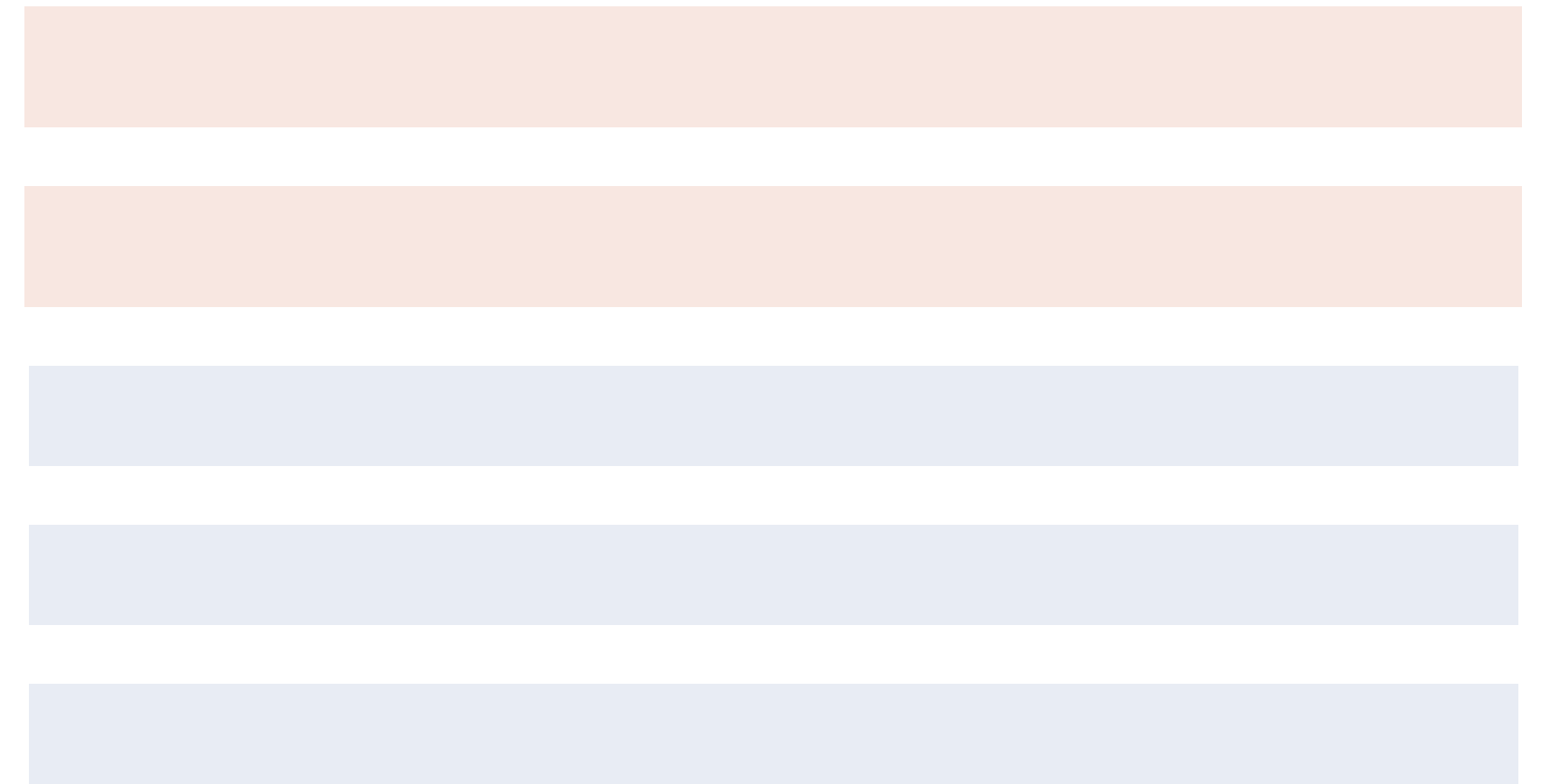
Die Liste

- Nutze <H2>-Überschriften für die Listeneinträge.
- Nummeriere jeden Punkt, wenn es sinnvoll ist.
- Unterstütze jeden Listen-Punkt mit:
 - einem Bild (oder sogar einem Video).
 - weiteren Details, die den Leser näher über das Thema informieren und erklären, warum der Punkt wichtig ist.
 - Links zu weiteren Inhalten, mit denen sich der Leser zusätzlich informieren kann.

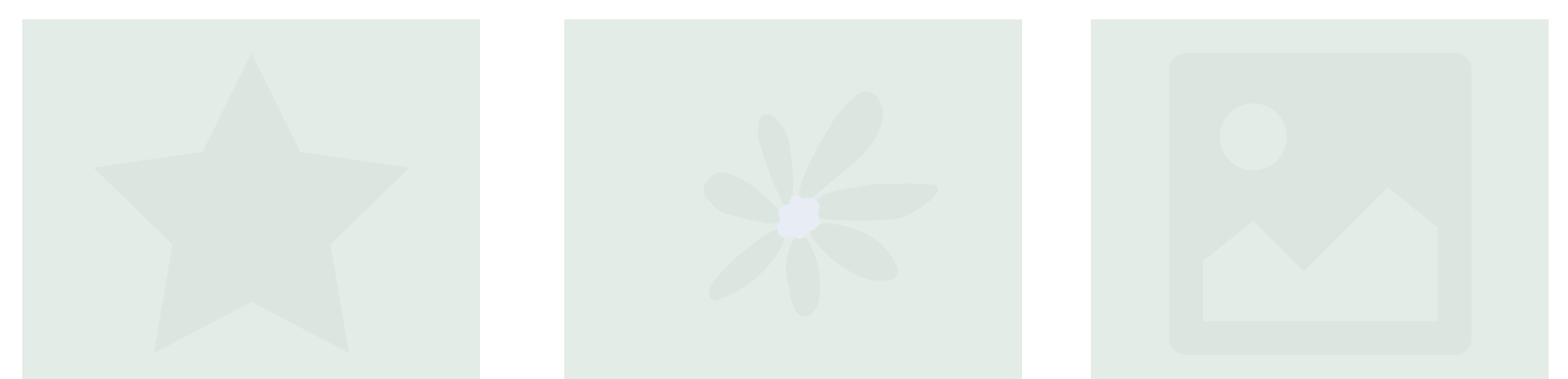
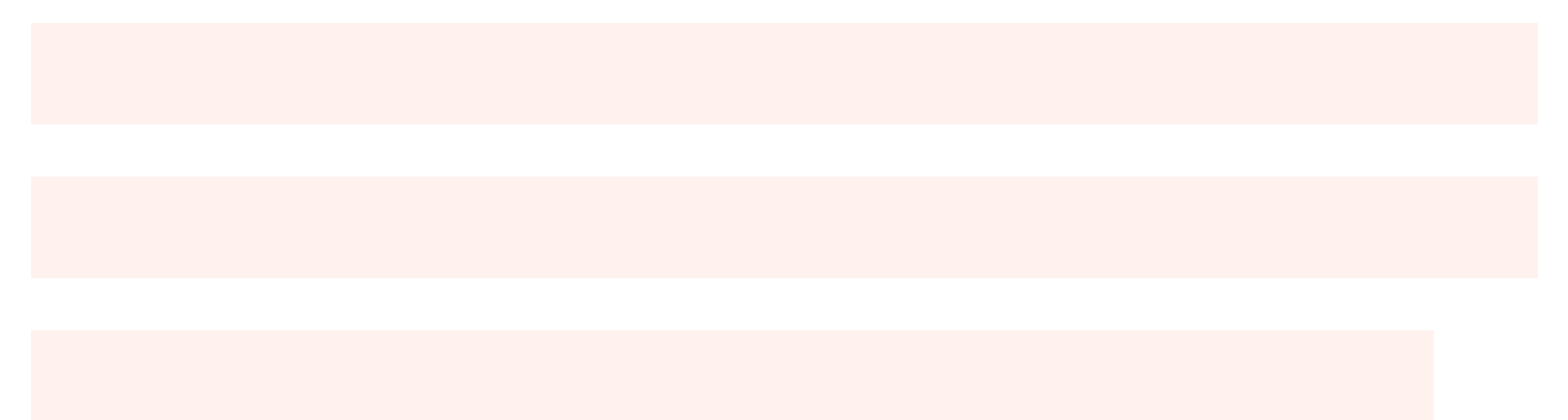
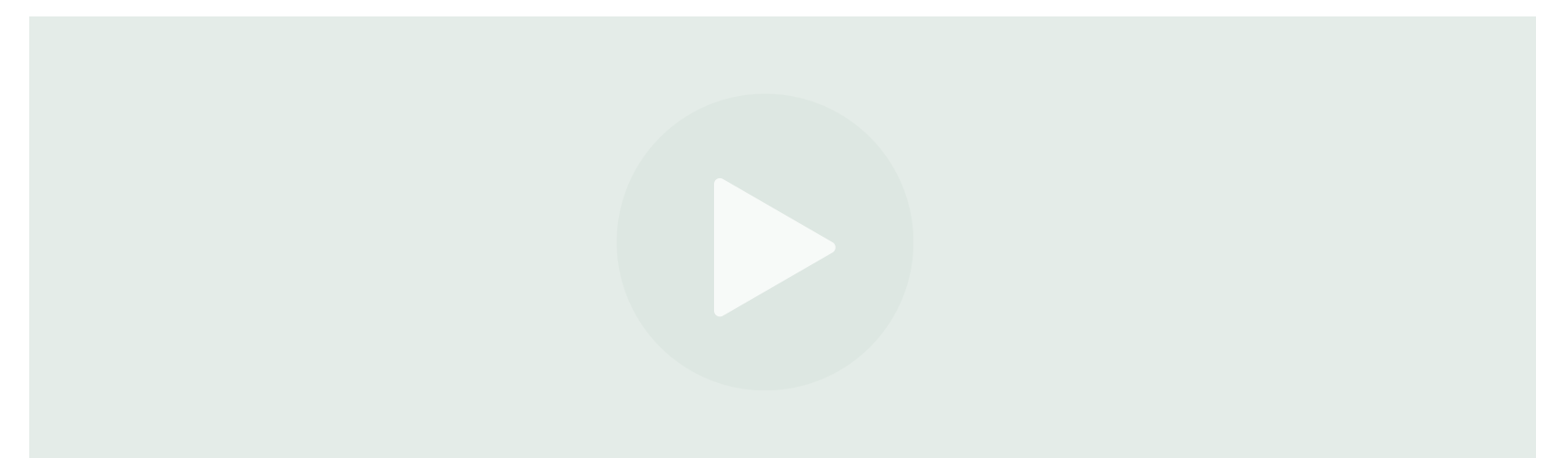
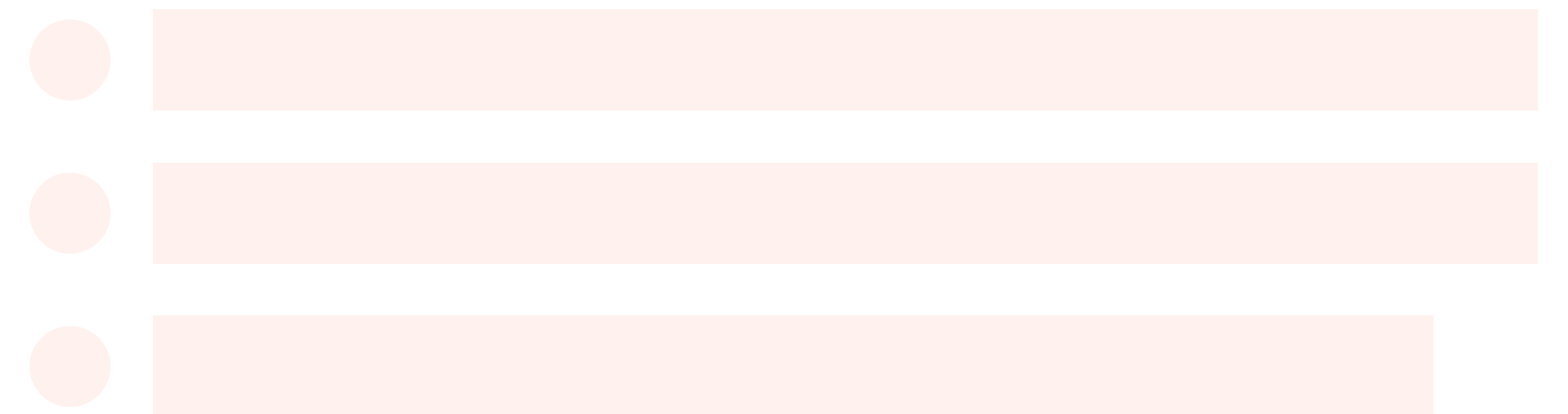
Fazit

- Fasse das Wichtigste zusammen und wiederhole die Quintessenz der Liste.
- Nimm einen Call to Action (= CTA) auf, zum Beispiel einen Link zur Weiterführung der Lektüre, Download-Inhalten und so weiter (es sollte eng mit dem Thema der Liste zusammenhängen.)

Die besten 5 ...



Eine <H2>-Überschrift für jeden Listeneintrag



CTA

Vorlage Artikelaufbau *Anleitung*

Anleitungen

Titel

- Beginne den Titel mit „So machst du...“ oder „Wie du...“.
- Lasse klar erkennen, welches Problem der Artikel löst.
- Nutze einfache, eindeutige Formulierungen und aktive Verben.

Einleitung

- Erkläre, welches Problem du mit dem Artikel lösen willst, und fasse die Lösung zusammen.
- Wenn möglich, führe Beispiele an, die bestätigen, dass deine Lösung funktioniert.
- Halte die Einleitung kurz.

Hauptteil

- Nutze für jeden Schritt eine eigene Überschrift.
 - Nummeriere die Punkte, insbesondere, wenn sie in der richtigen Reihenfolge ausgeführt werden müssen.
 - Nutze aktive Verben, um zu vermitteln, warum es in jedem Schritt geht.
- Unterstütze jede Überschrift mit Details wie:
 - der Info, was du erreichen willst.
 - detaillierten Anweisungen.
 - weiteren wichtigen Informationen für den Leser (wichtige Werkzeuge oder Fähigkeiten, Daten, potentielle Schwierigkeiten usw.).
 - Links zu weiteren Informationen.

Fazit

- Schlage dem Leser die nächsten Schritte vor.
- Verlinke auf Content mit weiterführenden Information
- Vergiss nicht deinen CTA = Call to Action.

Wie du....

Überschrift 1

Überschrift 2

Überschrift 3

- Beispiel01
- Beispiel02
- Beispiel03

CTA

Vorlage Artikelaufbau Interviews

Vorlage Artikelaufbau Interviews

Fragerunden, Interviews oder Expertenrunden

Titel

- **Verrate dem Leser:**
- **wie viele Experten interviewt werden.**
- **worin die Expertise des Interviewten besteht.**
- **das Hauptthema, um das es geht.**

Einleitung

- Erkläre, wovon der Beitrag handelt und warum du ihn schreibst.
- Stelle deine Gäste / Experten vor und nenne relevante Details zu ihren Qualifikationen.
- Gib eine Vorschau auf das, was den Leser erwarten wird.
- Erstelle bei Bedarf ein Inhaltsverzeichnis.

Hauptteil

- Nutze einen <H2>-Tag für jede Frage (wenn du mehrere stellst).
- Nutze Design Elemente wie Textboxen, Blog-Zitate usw., um die Befragung visuell ansprechend zu gestalten.
- Mache mit Namen und Bildern klar erkennbar, welcher Experte jeweils spricht .
- Nutze Grafiken mit interessanten Zitaten, damit diese z.B. bei Instagram oder Pinterest geteilt werden können. Hinterlege sie mit den entsprechenden Texten zusätzlich zu den Grafiken.

Fazit

- Schlage dem Leser die nächsten Schritte vor.
- Verlinke auf Content mit weiterführenden Informationen.
- Vergiss nicht deinen CTA. (Call to Action).

H2 para pregunta 1

H2 para pregunta 2

H2 para pregunta 3

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

CTA

Vorlage für *Pillar-Content*

Lange und inhaltsreiche Artikel für tiefes Expertenwissen

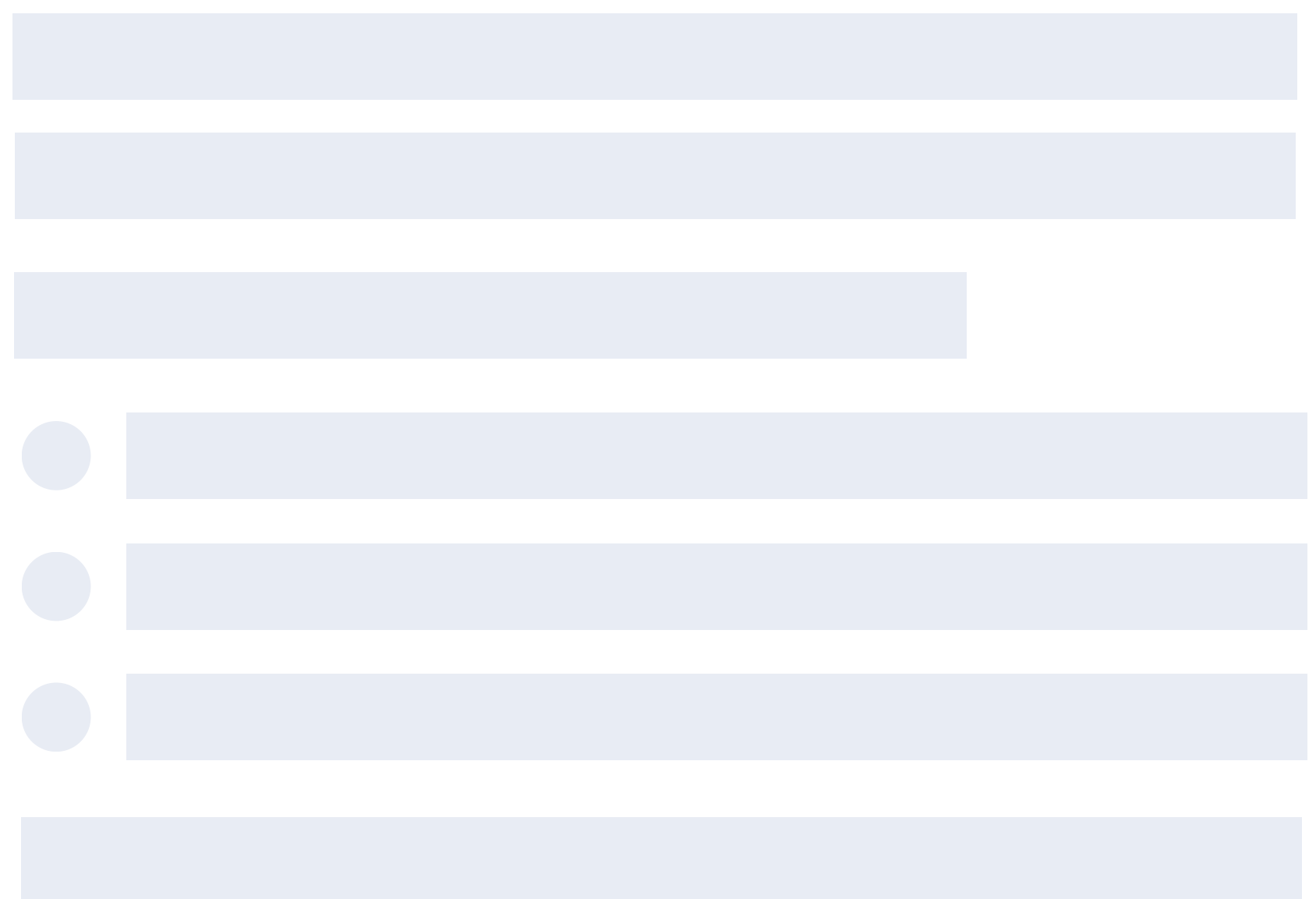
Titel

- Nutze Formulierungen wie "Der ultimative/umfassende Leitfaden" oder „Alles, was du über... wissen musst“, die dem Leser vermitteln, wie breit der Content angelegt ist.
- Verwende ein breites Keyword, das all deine Unterthemen abdeckt.

Der ultimative/ umfassende Leitfaden ...

Einleitung

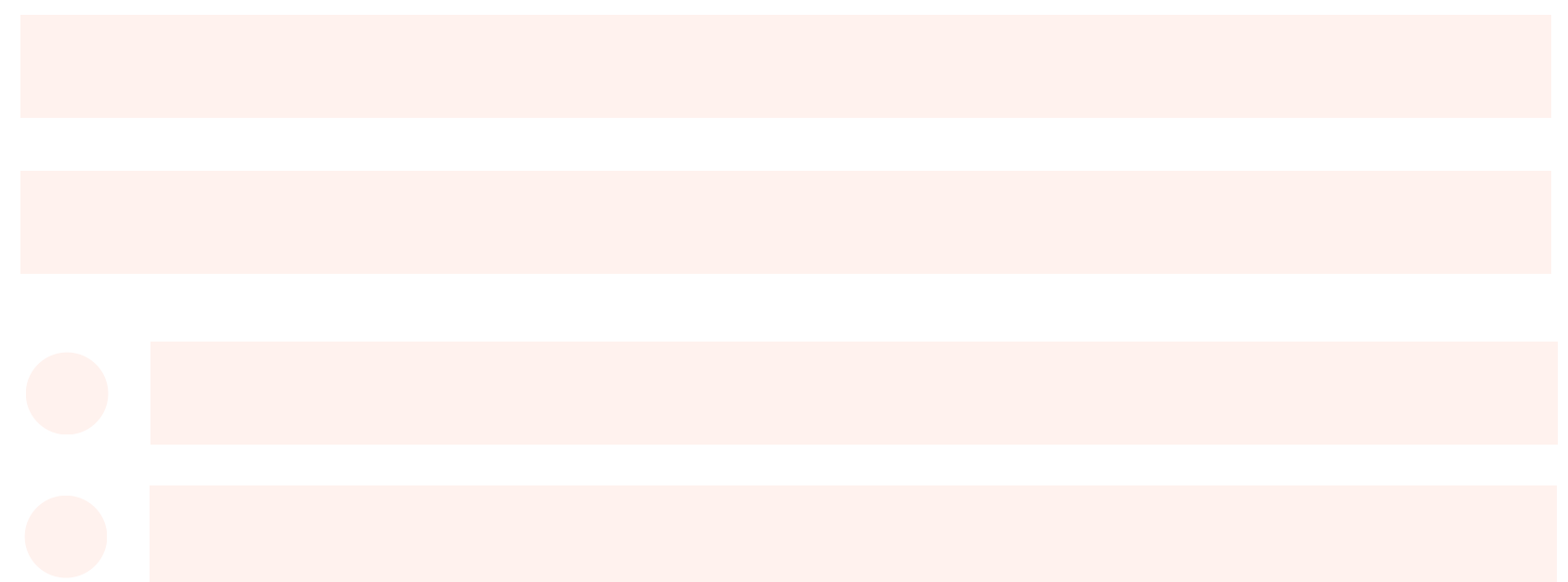
- Biete einen Überblick über das Thema der Seite.
- Erstelle ein Inhaltsverzeichnis, damit die Leser schnell zum gewünschten Unterthema springen können.



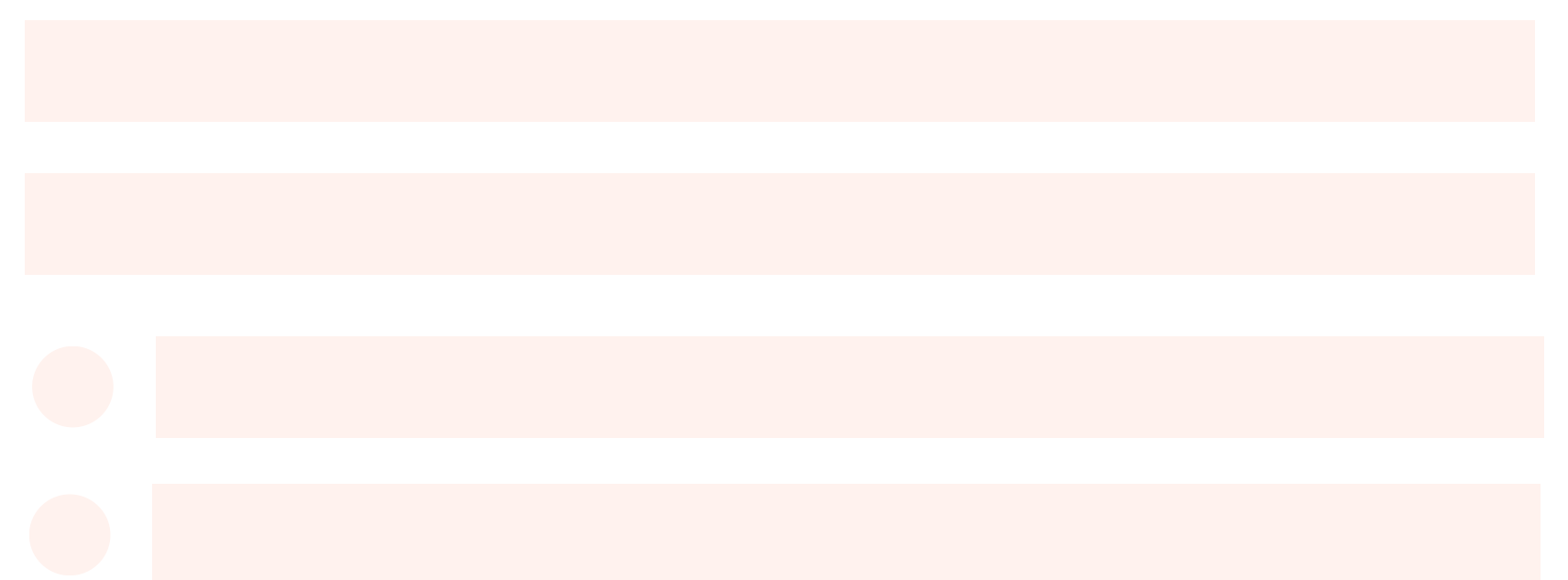
Hauptteil

- Gib jedem Unterthema eine eigene <H2>-Überschrift.
- Biete einen Überblick über jedes Unterthema.
- Erstelle in jedem Abschnitt interne Links zu dem Content, den du bewerben willst.

H2 für Unterthema 1



H2 für Unterthema 2



Fazit

- Verwende einen CTA (Call to Action), um ein relevantes Angebot zu bewerben.
- Verlinke auf Content zum Herunterladen, falls vorhanden.



CTA

- [Beispiel01.de/1](#)
- [Beispiel02.de/2](#)

MINI SEO für Texte

Mini-Briefing zur Texterstellung:

- Bringe das Fokus-Keyword in die Haptüberschrift H1
- Das Fokus-Keyword sollte sich auch immer im ersten Satz finden.
- Die Keyword-Dichte sollte bei maximal 1-2% liegen.
- Im ersten Absatz möglichst viele Synonyme (Semantik) für das Fokus-Keyword verwenden.
- In H2 und H3 Synonyme oder Fokus-Keyword verwenden
- Aufzählungen (wenn möglich) in den Text einbauen (sinnvolle Auflistung)
- Hol dir auch von anderen Webseiten Ideen und schau möglichst die ersten 10 Google-Ergebnisse des Fokus-Keywords an. Dadurch verstehst du besser, wie Google das Keyword versteht.
- Ziel sollte immer sein, gute Lesbarkeit zu schaffen mit kurzen, aber aussagekräftigen Sätzen. Keine verschachtelten Sätze!



ABOUT

Hallo! Ich bin Jess, seit über 10 Jahren als Beraterin, Bloggerin und Sichtbarkeitscoach sowie Mentorin für Design & Fotografie und Webdesignerin mit Herz und Strategie in der Online-Welt Zuhause.

Leider sehe ich immer wieder, wie frischgebackene Unternehmerinnen direkt Farben, Schriftarten oder Logo festlegen, nur um dann nach wenigen Monaten festzustellen, dass sie sich ihrer Wahl gar nicht mehr wohl fühlen. Das Spiel beginnt dann häufig von Neuem. Am Ende geht viel Zeit dabei drauf, die Nerven liegen blank und die Kundinnen sind verwirrt, weil sich das Branding alle naselang ändert.

DOCH DAS GEHT AUCH ANDERS!

In meinem Leitfaden lernst du, wie du von Anfang an eine erfolgreiche Design-Positionierung für deine (Personen-)Marke oder dein Unternehmen entwickelst, die dich über Jahre hinweg zuverlässig begleitet. Eine starke Design-Positionierung ist von entscheidender Bedeutung für den Erfolg deines Unternehmens, da sie die Art und Weise beeinflusst, wie potenzielle Kunden dich und deine Marke wahrnehmen und wie sie mit dir interagieren. Lass uns dein Design auf die nächste Stufe bringen und dein Unternehmen auf eine erfolgreiche Zukunft ausrichten - mit Strategie und Herz.

KONTAKT

WIE SCHÖN DAS DU DEINE
SICHTBARKEIT WEIT ÜBER
SOCIAL-MEDIA HINAUS IM
BLICK HAST

LASS UNS GERN IN
KONTAKT BLEIBEN!

Let's Connect



@FEIERSUN



FEIERSUN/COMMUNITY

Du findest feierSun jetzt
auch auf Discord.

Auf dem Server habe ich ein
exklusives Community-Tool
eingerrichtet, ohne
Ablenkungen von Facebook
und Co.

Komm in die feierSun-Welt
und werde teil dieser tollen
Community



HERZLICHEN GLÜCKWÜNSCH!

Du hast erfolgreich die ersten Schritte zu deiner Sichtbarkeit
außerhalb vom Social Media gemacht.
Jetzt gilt es dranzubleiben und in die UMSETZUNG zu kommen.

Hol dir den Profi-Blick



CIRCLE LIEBE FÜR CIRCLE WOMAN

Sichere dir zum Super-Sonder-Preis deinen Profiblick aus
über 10 Jahren erfolgreicher Erfahrung und unzähligen
Beratungen.

Wir schauen uns einen deiner Blogbeiträge ausführlich an
und besprechen so nebenbei auch eine Runde Blog-Strategie.

Mach dich SICHTBAR!

ZUM QUICK-CHECK

<https://jess.feiersun.de/designquick-check/?coupon=CIRCLELOVE>

IMPRESSUM

Hersteller:

feierSun by Jessica Schonk

Peerkoppel 155, 21706 Drochtersen

www.feierSun.de

team@feiersun.de

Copyright (c) 2023

Die Artikelvorlagen sind urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwendung ohne Zustimmung des

Rechteinhabers ist unzulässig. Das gilt insbesondere für

Kopien, Vervielfältigungen, Vortrag, Reproduktion und

Verarbeitungen jeglicher Art.

Soweit im Text personenbezogene Bezeichnungen nur

in weiblicher Form geführt sind, beziehen sie sich auf

Männer und Frauen in gleicher Weise.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz

sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen. Eine

Haftung von Jessica Schonk ist ausgeschlossen.