

Selbstbildnis im Netz:

Wie findet man Sie im Internet?

Fast alle Personaler machen inzwischen den Bewerber-Check im Internet. Und auch Geschäftspartner werden per Webabfrage geprüft. Doch die Wenigsten pflegen ihr eigenes Internetbild.

Eine fast wahre Geschichte:

Herr O. aus S. bietet E-Mail-Marketing an. Ganz seriös und professionell. Und ebenso professionell informiert er seine potentiellen Kunden per E-Mail.

Frau S. aus U. wird neugierig und will die per E-Mail angebotenen Leistungen in Anspruch nehmen. Bei Xing informiert sie sich über Herrn O. und alles scheint Bestens. Nun muss nur noch der Einkäufer ihres Unternehmens sein OK geben.

Der informiert sich standardmäßig auch noch bei Google und MySpace – immerhin sind E-Mail-Dienstleistungen datenschutzrechtlich sensibel. Dort findet er Interessantes zu Herrn O.: Der scheint ein permanenter Gast in Online-Spieleforen zu sein, kennt sich in der Hacker-Szene bestens aus und ein Amazon-Wunschzettel zu seinem Namen enthält dazu passende Bücher. Das Geschäft platzt.

Natürlich entschuldigt sich Frau S. mit Budgetgründen – sie will das unangenehme Thema ja nicht direkt ansprechen.

Dummerweise kann Herr O. aus S. gar nichts dafür – er weiß nichts von seinem unangenehmen Namensvetter und seine eigenen Fachbeiträge erscheinen bei Google leider erst ab Seite 3.

Die meisten Namen gehören zu mehreren Personen und 30% der Suchanfragen im Internet sind personenbezogen!

Natürlich ist die Geschichte für Sie nur fast wahr. Natürlich wissen Sie wie die Meisten, dass man regelmäßig nach dem eigenen Namen googelt!

Aber was können Sie aktiv tun, um den richtigen Eindruck zu vermitteln? Wie werden Sie mit Ihren Dienstleistungen und Fähigkeiten sicher und ohne Verwechslungen gefunden?

Adaptieren Sie ein paar Grundlagen des Produktmarketings, nehmen Sie ein wenig Know-How aus dem Suchmaschinen-Marketing dazu und kalkulieren Sie die Neugier Ihrer Mitmenschen ein!

Die Masterliste:

1. Bestandsaufnahme machen
2. Fokussiertes Eigen-Profil erstellen
3. Profil bekannt machen und sich abgrenzen

Die Bestandsaufnahme

Niemand kann ständig alle Internetquellen im Auge behalten. Also nutzen Sie am besten vorhandene Services dafür:

Google bietet z.B. „Alerts“ auf Suchbegriffe. Sobald etwas Neues zu Ihrem Namen auftaucht werden Sie per E-Mail informiert. Wenn Sie sich nicht (nur) auf Google verlassen möchten nutzen Sie Personen-Suchmaschinen. In den USA gibt es dafür Spock.com, Wink.com und Pipl.com, im deutschsprachigen Raum yasni.de.

Hier werden übersichtlich die Suchergebnisse aller verfügbaren Quellen inkl. Xing, marketingboerse.de und auch Google auf einen Blick angezeigt. Und Sie können auch hier regelmäßige Ergebnis-Updates erhalten (bei yasni.de via „Mehr Ergebnisse“).

Damit sind Sie nun Ihren „googelnden“ Mitmenschen einen Schritt voraus – Sie wissen jederzeit, was evtl. zu Ihrem Namen gefunden wird.

Das fokussierte Eigen-Profil:

Eine Grundregel des Online-Marketings lautet: „Eine Seite niemals auf mehr als 2-3 Keywords optimieren“.

Das gilt auch für Sie!

Wenn Sie sich bei jedem Netzwerk, jedem Verzeichnis und Ihren eigenen Internetseiten jedesmal mit anderen Worten darstellen, werden Ihre Geschäftspartner kein klares Bild von Ihnen bekommen und auch Suchmaschinen werden Sie bei jeder Variante Ihrer vielen Fähigkeiten nur ganz weit unten listen.

Machen Sie den Test auf yasni.de: welche Worte erscheinen groß und fett in der TagCloud zu Ihrem Namen? Sind das überhaupt Ihre Begriffe oder sticht vielleicht gar nichts hervor?

Optimieren Sie Ihre Einträge in Netzwerken wie Xing, Verzeichnissen wie der Marketingbörse und Ihren eigenen Seiten auf immer die gleichen 3-5 Begriffe und achten Sie bei Kurzbeschreibungen ebenso auf diese Wortwahl. Wenn es Namensvetter mit ähnlichem Profil gibt verwenden Sie deutlich abweichende Begriffe.

Die Bekanntmachung:

Lassen Sie nun von sich hören!

Tragen Sie sich in Verzeichnisse ein, die für Ihren Bereich möglichst spezialisiert sind und bei den Suchmaschinen ganz oben erscheinen. Kommentieren Sie in bekannten Branchen-Blogs und Internet-Foren thematisch passende Beiträge – aber immer unter Verwendung Ihrer immer gleichen Profil-Begrifflichkeiten.

Die Einträge werden nun automatisch auch bei Personensuchmaschinen gefunden und bei yasni können Sie zudem Ihr eigenes Personenprofil erstellen. Dadurch können Sie alle Informationen zu Ihrer Person bündeln und mit weiteren Einträgen versehen.

Vernetzen Sie sich außerdem mit Ihren Fachkollegen und Bekannten. Bei yasni können Sie zusätzlich die Glaubwürdigkeit Ihrer Einträge bestätigen lassen. So sehen Ihre Mitmenschen auf einen Blick, dass Ihr Profil seriös und nicht „ausgedacht“ ist.

Auch die Sichtbarkeit bei Google wird verbessert!

Die Netzwerke sind auf Suchmaschinen optimiert und insbesondere Verlinkungen Ihres Profiles mit thematisch ähnlichen Bekannten führen schnell dazu, dass „Ihr Profil“ bei Google bald ganz oben erscheint und unliebsame Namensvetter „auf die Plätze“ verwiesen werden.

Zum Autor: Steffen Rühl

ist Geschäftsführer der 2007 gestarteten yasni GmbH und war vorher bei Jobpilot (jetzt Monster), JobScout24 und ADTECH leitend für Marketing und Produktmanagement zuständig. Nach dem Studium der Wirtschaftsinformatik an der Handelshochschule Leipzig betreute er zudem namhafte Konsumgütermarken bei großen Werbeagenturen.

