

# Ing. Schönberg Christian

## Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian \*  
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

\*) Einzelunternehmen  
SCHÖNBERG gegründet 2002  
© 2002 – 2016

[Impressum hier klicken](#)

<http://schoenberg.company>



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

### Allgemeines:

**Viral Seeding** (auch Social Seeding genannt), bedeutet übersetzt so viel wie **Verbreiten**, Streuen und Säen und wird dem **Viralmarketing** zugeordnet.

Im Marketing erfolgt die Umsetzung durch die strategische und Zielgruppen gerichtete **Platzierung** von **Botschaften** (Inhalte als **Texte**, **Bilder**, **Videos**, usw.) vor allem in **sozialen Medien** (z.B. **Facebook**, **Twitter**, **Youtube**, **XING.com** (Netzwerk für Beruf und Leben), usw. aber auch **Linkedin**, **Google+**, usw.). Die Inhalte sollten dabei aber **nicht** vordergründig **werbend**, sondern vor allem **informativ** und **unterhaltsam** sein.



### Hintergrund und Ziele:

Wesentliches **Ziel** ist dabei möglichst **schnell** und **kostengünstig** eine kritische Masse (**Tipping-Point**) zu erreichen. Nach der **Platzierung** der Inhalte sollten diese danach vorwiegend durch **Teilen** und **Empfehlen** durch die Nutzer selbst (aus eigenem Antrieb) aufgrund der "**viralen Verbreitung**" der Zielgruppe zugänglich gemacht werden (größere **Reichweite**). Das eigentliche **Endziel** danach ist aber die Erreichung der zuvor formulierten **Ziele** (**Konversion**), worauf auch vordergründig der **Fokus** gelegt werden sollte.

### Arten von Seeding:

- **einfaches Seeding:**  
dieses setzt darauf, dass die sogenannten **Influentials** (**Meinungsmacher**), **Nutzer**, usw. die **virale Verbreitung** auslösen (**natürliche Verbreitung** der Botschaft), **Kosten** des einfachen Seedings sind eher **gering**, dafür die **Wahrscheinlichkeit** für die virale **Verbreitung** und **Konversion** entsprechend der zuvor festgelegten Ziel **niedriger**,

- **erweitertes Seeding:**  
zusätzlich gezielt Informationen in **Videoplattformen**, **Blogs**, Beiträgen in Foren und sozialen Netzwerken (möglichst **viele Kanäle** und hochfrequentierten Plattformen) platzieren, mit dem **Ziel** -> "**Selbstläufer**", **Kosten** des erweiterten Seeding sind zumeist deutlich **höher**,

### Stufen bei der Umsetzung:

1.) **aktives Seeding:**  
**Platzierung** der **Inhalte**, **Botschaften**, usw. Dabei kann wiederum eingeteilt werden in:

- **Paid Media** (Bannerwerbung, Facebook-Ads, Google AdWords, ..),
- **Earned Media** (Nutzung von Blog- und Social Media Relations, usw.)

2.) **passives Seeding:**  
die anschließende **virale Verbreitung** durch **Teilen**, **Weiterempfehlen**, usw. ohne das eigene Mitwirken

schoenberg – think MINI

Weitere Informationen, usw. unter

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

## Aktives, passives Seeding

## Voraussetzungen

## Durchführung und die Umsetzung

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose  
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

### Voraussetzungen:

- die **Inhalte** sollten **informativ** bzw. **unterhaltsam** (nicht vordergründig werbend) sein
- die **Botschaften** sollten **leicht verständlich** und die Kampagne **glaubwürdig** und **authentisch** sein
- die Inhalte sollten sich möglichst **einfach** und **intuitiv Teilen** bzw. **Weiterempfehlen** lassen
- die Inhalte sollten **zum Teilen** oder Weiterempfehlen durch die Nutzer (aus eigenem Antrieb) **animieren**  
-> **Selbstläufer**
- ein **überzeugender** und ansprechender "**Call-to-Action**" betreffend der Ziele
- möglichst **niedrige** (wenige, ..) **Barrieren** für die Nutzer,
- möglichst **kein Erklärungs-** und **Überzeugungsaufwand** nötig

### Durchführung/Umsetzung:

- **Planen der Kampagne:** Festlegung der **Ziele** (z.B. **Verkauf** von Produkten bzw. Dienstleistungen, Newsletterinträge (**Leads**), Public Relations, **Reputation**, Anmeldungen **Affiliate-Programm**, ..), Zielgruppen- und Medienanalyse, die Nutzer (**Zielgruppe**) und deren Bedürfnisse (**Nutzerbedürfnissen**), **Nutzwert** (Bewertung durch potentielle Nutzer), verwendete **Formate** (Blogbeiträge, Videos, ..), aber auch Print-Medien, Rundfunk, Fernsehen, Seminare, Vorträge, Messen, Umfragen, Fürsprecher, Produkttests (**Offline Verbreitung**) können genutzt werden, benötigtes bzw. **verfügbares Kapital**,

- **Erstellung der Inhalte:** möglichst **Evergreen Content** (für Nutzer längere Zeit ein Mehrwert -> zeitloser Charakter), Links zu **Webseiten** mit Ihren Inhalten (**Texte**, **Bilder**, Werbebanner, **Videos**, usw.), Keywords, **Inhalte** mit Call-to-Action **zum Teilen** Weiterempfehlen und Kaufen, usw.

- **Seed (Platzierung der Inhalte):** in **sozialen Netzwerken** (Facebook, XING, Twitter, usw.), Blogs, **Social Bookmarks** (Soziale Lesezeichen), **Multiplikatoren** (Person(en), die auf Grund ihrer Positionen in der Öffentlichkeit die Verbreitung bestimmter Wertvorstellungen, Meinungen, Kenntnisse und Verhaltensmöglichkeiten fördern können), Journalisten, **journalistische Medien**, **Internetforen**, usw.

- **Ergebnisse messen (Erfolgskontrolle):** **Traffic** (Anzahl der Besucher), **Facebook-Likes**, Retweets, **Followers**, Anzahl der **Leads** (Newsletterinträge), **Konversionsrate** (Erreichung der definierten Ziele), **Aufwendungen** (Kosten, Zeit, ..) und daraus resultierender **Erträge** (kurz- und langfristig), usw.

- **Verwalten (Manage):** Aktualisieren der **Inhalte** (Texte, Bilder, ..), **Kontrollieren** und **Überwachen** der Kampagne, **Rückmeldungen** und **Feedbacks** auswerten und daraus notwendige Handlungsschritte ausarbeiten, Maßnahmen zur **Steigerung** der **Konversion** bzw. Konversionsrate, SEO, usw.

- FAZIT:** sofern "**Viral Seeding**" gut geplant wird, kann eine gezielte **Seeding-Strategie** **schneller** und **kostengünstiger** zur Erreichung der **kritischen Masse** (Tipping-Point), sowie einer entsprechenden **Konversion** beitragen.



web &  
software



schoenberg