

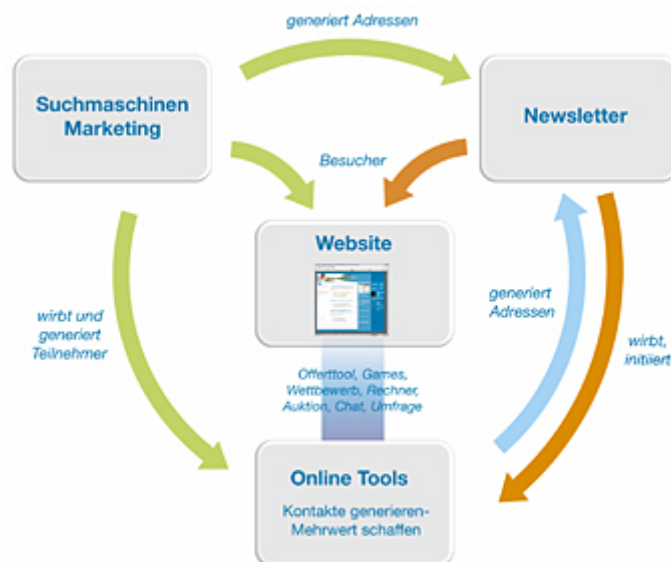
Online-Marketing

Was gehört heute dazu und wie finden die Suchmaschinen Ihre Homepage?
 Erläuterungen zum Online Marketing und zur Suchmaschinenproblematik!

Die wichtigsten Werbemittel in Bereich Internet (Online Medien):

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Suchmaschinen Optimierung 2. Banner Werbung 3. Sponsoren Links 4. Newsletter 5. Permission Marketing | <p><i>(s. Text unten: Suchmaschinenmarketing)
 (wegen Stellenwert eingehender Links wertvoll)
 (zu besprechen!)
 (ergänzendes Medium zusammen mit
 Telefonmarketing neben Faxmail und Postmails)
 (absolutes Must!)</i></p> |
|--|---|

Das nachstehende Diagramm zeigt das Zusammenspiel der verschiedenen Online Medien. Entscheiden ist vor allem ein aktueller Webauftritt mit klaren Nutzen. Quelle: INM, Wetzikon



Newsletter

Auf der Homepage einbauen, wo sich die Besucher eintragen können, um sich in der Zukunft über Neuheiten zu informieren. Diese Newsletters als PDF abspeichern, da auch deren Inhalte gefunden werden von den Suchmaschinen. Für Kundenkontakte evtl. zielgruppenspezifisch abfassen (andere Themenschwerpunkte für andere Firmengrößen oder nach spez. Merkmalen). Zusätzlich Printmails und Faxmails wo nötig/sinnvoll.

OnlineTools

Unterhaltungswert, Serviceleistungen und Infos zu allgemeinen Themen lockern auf die Site. Daher sind permanente Updates unerlässlich!

Suchmaschinen Marketing – ein kurzer Überblick

Vielfach wird unter Suchmaschinen-Optimierung lediglich das Anpassen von Webseiten (Metatags etc.) an die wichtigsten Kriterien der Suchmaschinen verstanden. Eine Optimierung für Suchmaschinen hat aber noch andere Punkte, die berücksichtigt werden müssen.

Vorgehen optimierte, suchmaschinenfreundliche Homepage

1. Zielgruppen definieren
2. Suchbegriffe und Suchkombinationen
3. Webseite optimieren: Design und Verzeichnisstruktur, Metatags
4. Eintrag in Webkataloge
5. Anmeldung Suchmaschinen
6. Einsatz von Promotion Tool / Linkpopularität
7. Monitoring

1. Zielgruppen definieren

Wen will ich womit ansprechen? Diverse Zielgruppensegmente möglich!
Ist wichtig wegen der Suchbegriffe s. Pkt.2.

Keywords zielgruppenoptimiert evaluieren – Trefferqualität vor Quantität.

2. Suchbegriffe und Suchkombinationen festlegen

- Was würde ein User eingeben? (durch Umfrage Fremde, Kollegen)
- Was geben die wichtigsten Mitbewerber ein?
- Welche 5 Suchbegriffe würden Sie eingeben? (Testen der ersten 10 Ergebnisse)

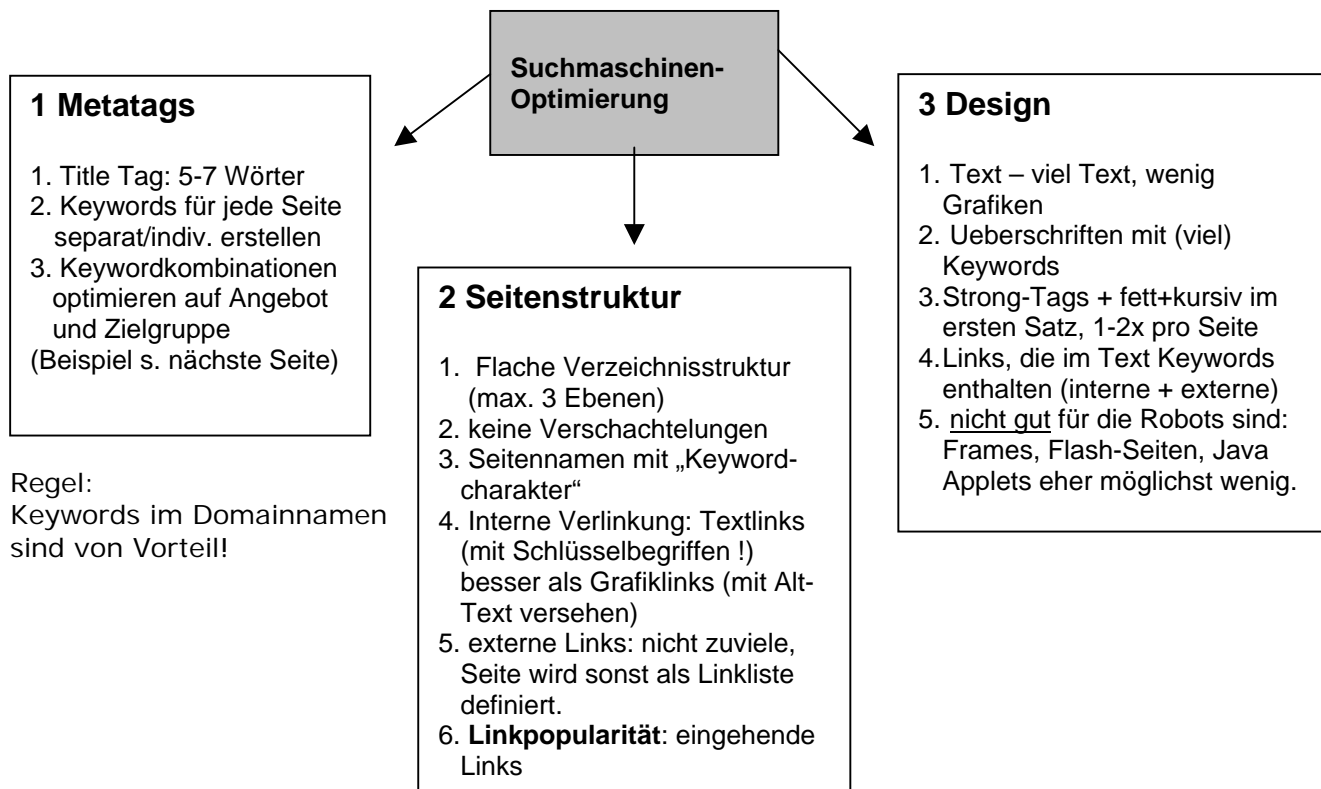
Metatags sind für jede einzelne Seite zu erstellen!

So sind die Meta Tags richtig eingetragen

```
<META NAME="Title" CONTENT="Hier kommt der Titel der Site "> (jede Seite anders!!)
<META NAME="Author" CONTENT="Autorenname, Webpublisher">
<META NAME="Publisher" CONTENT=" z.B. Visibleweb GmbH, Dürnten ">
<META NAME="Copyright" CONTENT=" Kundennamen">
<META NAME="revisit-after" CONTENT="20 days (die Suchmaschinen besucht die Site alle 20 Tage wieder)">
<META NAME="Keywords" CONTENT="Hier max. 256 Zeichen, Schlüsselwörter (Stichworte) Wiederholungen vermeiden (hier streiten sich die Profis, die einen sagen 256 Zeichen, die andern 1000)">
<META NAME="Description" CONTENT="Hier eine Kurzbeschreibung des Inhaltes der Site angeben, max. 256 Zeichen (die einen sagen 256 Zeichen, die andern 200)">
<META NAME="Abstract" CONTENT="Hier das gleiche wie bei Description">
<META NAME="Robots" CONTENT="INDEX,FOLLOW (Optimale Angabe, für Registrierung der gesamten Homepage, Seite indexieren, alle Links verfolgen)">
<META NAME="Language" CONTENT="Deutsch">
```

3. Website optimieren

Drei Hauptpunkte sind hier zu beachten: Metatags, Design und Seitenstruktur.



4. Webkataloge anmelden

Webkataloge sind via Redaktoren (Seiten) aufgelistete Seiten (nicht via Robots!). Google stützt sich zusätzlich auch auf diese Kataloge.

5. Suchmaschinen anmelden

Nach dem 1. Mal bzw. nach Redesign von Vorteil, aktiv bei den Suchmaschinen anmelden!
Jede Suchmaschine hat ein anderes Procedere!

Die wichtigsten Suchmaschinen in der Schweiz

Gemäss WEMF (Januar 2006) liegen die Reichweiten der Suchmaschinen in der Schweiz wie folgt:

- google.ch.com.de 82,2% - Leader unter den Suchmaschinen
- search.ch 37,3% - Die klassische Schweizer Suchmaschine
- msn.ch 36,0% - neuere Suchmaschine von Microsoft
- directories.ch 22,1% - Telefonbuch Schweiz
- yahoo.ch .de 18,9% - Umfangreiche Services
- [bluewin search](http://bluewin_search) 14,4% - Portal und Suchmaschine
- altavista.ch .com .de 8,2% - Pionier, leider nicht mehr so top

6. Einsatz von Promotion Tool/Linkpopularität

Wissen um geeignete Software, um die **Linkpopularität** zu erhöhen... aber hier gilt es nur seriöse Software einzusetzen. Profischulungen garantieren die richtigen Tipps.

Die Linkpopularität bezeichnet die Anzahl der Links auf anderen Websites, die auf eine Website zeigen. Mit einem geeigneten Linkpopularitäts-Tool prüfen Sie kostenlos die Linkpopularität ihrer Website. Das Analyse Script ermittelt in den gängigsten Suchmaschinen Search, Google, Yahoo,

MSN, Lycos etc., die Anzahl der Websites, die auf Ihre Website verlinken. Heutzutage wird das Ranking einer Website von vielen Suchmaschinen massgeblich aufgrund der Anzahl Links bestimmt, die auf diese Website verweisen. Mit der Linkpopularitäts-Analyse gewinnen Sie auch wichtige Informationen für ein hohes Ranking ihrer Webseiten für Schlüsselworte (Keywords) sowie zu weiteren Punkten für eine erfolgreiche Suchmaschinenpositionierung.

7. Monitoring

Kontrollieren der Ergebnisse!! Welche Seitenbesucher betrachten welche Seiten auf Ihrem Server? Herkunft analysieren von externen Klicks? So kann analysiert werden, welche Keywords bei welchen Suchmaschinen Ihre Website auf welcher Seite listen und verfolgen und wie der Erfolg z.B. von Google AdWords-Kampagnen ist.

Fazit

Eine Optimierung bedeutet schlussendlich den Kunden und alle seine Bedürfnisse und Ziele im Zentrum zu haben - also eine reine Marketing-Sache!

Eine Suchmaschinen-Optimierung erbringt für zahlreiche Suchbegriffe nachhaltigen Erfolg.