

++ Neue Kunden ++ dmexco ++ Social Media Newsroom ++ Im Fokus: Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung ++

Liebe Leserin, lieber Leser,

in Zeiten des wirtschaftlichen Wandels kommt es entscheidend darauf an, das Marketing so effizient wie möglich zu gestalten. Kaum eine Werbemaßnahme ist dabei so erfolgversprechend wie die Suchmaschinenoptimierung. Ein junges Beispiel aus unserem Kundenstamm belegt dies eindrucksvoll: für bonprix, eines der größten deutschen Versandhandelsunternehmen und Mitglied der Otto Group, konnten wir mit einer umfassenden Suchmaschinenoptimierung die Umsätze über qualifizierten SEO-Traffic verzehnfachen. Im Kern unseres neuen Newsletters möchten wir daher aufzeigen, welche Faktoren zu einem solchen Erfolg in Suchmaschinen beitragen. Viel Spaß bei der Lektüre!



Kai Tietjen, Geschäftsführer

Neue Kunden

Wir freuen uns, viele Neuzugänge in unserem Kundenstamm begrüßen zu dürfen und bedanken uns an dieser Stelle ganz herzlich für das Vertrauen. Einige unserer Neukunden möchten wir kurz vorstellen:

direct line Die Direct Line Versicherung AG legt nach dem Corporate Blog Setup nun auch die Social Media Betreuung und Öffentlichkeitsarbeit in die Hände von trafficmaxx.

WESER KURIER trafficmaxx begleitet den Relaunch der Bremer Tageszeitung WESER-KURIER mit einem SEO-Workshop, der Suchmaschinenoptimierung und der Betreuung der Google AdWords-Kampagnen.

Volvic konstruktiv sorgt bei Volvic für die Umsetzung der Web 2.0-Website für Mamis und Babys. Zudem wird trafficmaxx mit der fortlaufenden Suchmaschinenoptimierung der Website beauftragt.

FUSSBALL.DE Das von der Deutschen Telekom AG in Kooperation mit dem Deutschen Fußball Bund betriebene Portal FUSSBALL.DE ist mit einem Inhouse-SEO-Workshop in die Zusammenarbeit gestartet und betraut trafficmaxx mit der Suchmaschinenoptimierung.

SCHÄFER SHOP Die SSI Schäfer Shop GmbH, Komplettausstatter für Büro, Lager und Betrieb, erhielt von uns einen umfassenden SEO-Workshop und beauftragt die fortlaufende Suchmaschinenoptimierung.

trafficmaxx auf der dmexco

Am 23. und 24. September 2009 präsentiert das Team von trafficmaxx auf der dmexco, der neuen Leitmesse für Online Marketing in Köln, das umfangreiche Portfolio und die neuesten Entwicklungen des Online Marketings.

Auch unsere neue Social Media Unit wird mit einer eigenen Lounge-Ecke dabei sein und die Möglichkeiten des Web 2.0 für Unternehmen umfassend darstellen.

Besuchen Sie uns in Halle 8, am Stand F-059.

Vereinbaren Sie einen individuellen Gesprächstermin: Oliver Dahm, 0421/27867-18, od@konstruktiv.de

TIPP! Zudem ist trafficmaxx auch auf diesen Veranstaltungen zu finden:

- 18.09. Online Marketing Convention, Wilhelmshaven
- 03.11. Marketing On Tour, Berlin
- 24./25.11. Search Engine Strategies, Berlin

Social Media Newsroom

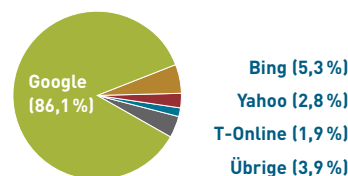
konstruktiv stellt den Social Media Newsroom vor: ein Social Media Newsroom (SMN) aggregiert die verschiedenen Presse-, Web 2.0 und Social Media-Aktivitäten eines Unternehmens und stellt diese übersichtlich in einer einheitlichen Oberfläche dar. Der SMN bietet interessierten Website-Besuchern, Kunden und Journalisten damit zentral alle aktuellen und interessanten Unternehmens-Inhalte aus verschiedenen Quellen. Positive Effekte hat ein solcher Newsroom zudem auch auf die Suchmaschinenpräsenz und Online Reputation Ihres Unternehmens.



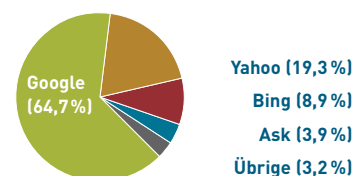
Beispiele: newsroom.konstruktiv.de, newsroom.tvister.de, travelcharme-newsroom.com

Aktuelle Marktanteile Suchmaschinen

Deutschland



USA



Webhits, Stand: 27.08.2009

comScore, Stand: 18.08.2009

Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung: 900% mehr Umsatz über SEO-Besucher

Suchmaschinen sind bei fast allen Nutzern die erste Adresse, wenn es darum geht, sich im Internet über Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen zu informieren. Eine gute Platzierung Ihrer Website insbesondere bei Google ist deshalb der Key-Success-Factor. Die Bedeutung belegt das Erfolgsbeispiel des Versandhändlers bonprix (Mitglied der Otto Group), für den trafficmaxx zu Beginn des Jahres die Suchmaschinenoptimierung übernommen hat. Innerhalb weniger Monate konnte der Umsatz über Besucher aus dem natürlichen Suchmaschinen-Listing allein über qualifizierte Produkt-Suchbegriffe (sog. Non-Brand-Keywords) verzehnfacht werden!

Die richtige Strategie

Von entscheidender Bedeutung für einen solchen Erfolg ist bereits die richtige Ausrichtung zur Optimierung Ihrer Website. So gilt es vorerst die Ziele Ihrer Website zu definieren, den Status Quo umfassend zu ermitteln und daraufhin die optimale Strategie für eine Verbesserung Ihrer Suchmaschinenperformance zu entwickeln.

1. OnSite-Optimierung

Zu Beginn steht dann die technische Optimierung Ihrer Website im Vordergrund, damit die Suchmaschinen die Inhalte Ihrer Website bestmöglich indizieren und bewerten können. Dies wird umso bedeutungsvoller, je mehr Inhalte Ihre Website zu bieten hat und je komplexer die Strukturen Ihrer Website sind. So wurde die bonprix-Website bis ins letzte Detail auf Suchmaschinen-tauglichkeit analysiert und in einem umfassenden Workshop mit Beteiligten aus Technik und Redaktion wurden alle Optimierungsmöglichkeiten erörtert und konkrete Schritte für die sukzessive Umsetzung der nötigen Maßnahmen definiert.

2. Steigerung der Linkpopularität

Parallel zur technischen Optimierung der Website wurde mit dem homogenen Ausbau der Linkpopularität begonnen. Ziel hierbei ist es, die Wertigkeit Ihrer Website für Suchmaschinen durch die Generierung nachhaltiger Verlinkungen innerhalb eines organischen Wachstums zu erhöhen. Dies geschieht über verschiedene Online Marketing-Kanäle, z. B. durch die Integration Ihrer Website in Social Media Portale oder die Recherche von Linkpartnerschaften. Auch Online-Pressearbeit eignet sich hervorragend zum Ausbau der Linkpopularität, trägt gleichzeitig zu einer erhöhten Wahrnehmung Ihres Unternehmens bei und kann durch zahlreiche Veröffentlichungen zusätzliche Besucher auf Ihre Website lenken. Das gleiche gilt für die Entwicklung sog. Linkbait-Kampagnen, initialer Aktionen, die das Potenzial haben, sich im Internet viral zu verbreiten und dabei die Linkpopularität Ihrer Website zu stärken. Bei allen Maßnahmen steht ein möglichst thematisch passendes und ausgewogenes Vorgehen im Vordergrund.

3. Content-Optimierung

Dritter wesentlicher Erfolgsfaktor ist die Optimierung der Website-Inhalte in der Form, dass Besuchern und Suchmaschinen gleichermaßen interessante und einzigartige Inhalte passend zum Angebot des Unternehmens geboten werden. Auch die Frage nach den für das Geschäftsfeld relevantesten Suchbegriffen spielt hierbei eine wichtige Rolle, da sich die Internetnutzer heute über eine Vielfalt unterschiedlichster Suchbegriffe und Kombinationen orientieren und nicht nur über einige wenige Einzelbegriffe suchen. Bei der Analyse der relevantesten Schlüsselwörter können neben einem detaillierten Web-Controlling z. B. auch Auswertungen aus internen Suchfunktionen oder Erfahrungswerte aus der Schaltung von Google AdWords hilfreich sein. Basierend auf einem klaren Begriffs- und Produktfokus werden dann wie im Beispiel von bonprix fortlaufend optimierte Inhalte entwickelt, die auf die relevantesten Begriffe unter Berücksichtigung der suchmaschinenrelevanten Kriterien abgestimmt sind.



„Seit unserer Zusammenarbeit mit trafficmaxx konnten wir unseren Umsatz allein über Non-Brand-Keywords im natürlichen Listing in den Suchmaschinen um 900 % steigern.“

*Matthias Hartz,
Projektmanagement bonprix*

