

Editorial

Marketing in Zeiten der (Finanz-)Krise

Liebe Leserin, lieber Leser,

die letzten Wochen haben sicherlich viele von Ihnen gebannt verfolgt. Das Beinahe-Zusammenbrechen eines großen Teils der Finanzbranche, wie es in diesem Ausmaß bisher nicht vorstellbar war, verunsichert die Menschen und kann für das ein oder andere Unternehmen den Verkauf seiner Produkte und Leistungen demnächst erschweren. Umso wichtiger ist es nun natürlich, sich auf die wichtigen Dinge zu konzentrieren, denn: Die derzeitige Krise bietet die Chance, alte Pfade zu verlassen und neue Wege zu gehen – auch im Marketing.

Effizienz und Vertrieb sind die Schlagworte der Stunde, die am besten wirken, wenn sie zusammen gebracht werden. Vielen von uns ist es längst klar, aber manchmal muss man sich es einfach einmal direkt vor Augen halten: Maßnahmen im Online- und ganz speziell im Suchmaschinenmarketing sind die effizientesten, messbarsten – und günstigsten – Vertriebswege, die es überhaupt gibt! Für unseren eigenen Vertrieb und das Marketing sowie

die Promotion zahlreicher Eigenprojekte wie Mister Wong nutzen wir fast ausschließlich Online Marketing-Maßnahmen verschiedenster Art. Und es hat sich gezeigt, dass dies regelmäßig der beste, der unmittlbarste, der effektivste und auch der schnellste Ansatz einer erfolgreichen Vertriebsorganisation im Web ist. Dort müssen die Sich-Informierenden, die Interessierten, also die Suchenden gefunden und zur konkreten Anfrage oder Aktion begleitet werden.

Daher nehmen wir den heutigen trafficmaxx-Newsletter zum Anlass, Ihnen zu zeigen, wie sich Werbewirksamkeit, Messbarkeit und Effizienz im Online Marketing verglichen mit anderen Maßnahmen darstellt. Die Beispiele verdeutlichen, dass das Online Marketing – insbesondere im Spiegel der neuen wirtschaftlichen Wirklichkeit – einen noch wesentlich stärkeren Anteil haben sollte.

Eine aufschlussreiche Lektüre wünscht Ihnen das trafficmaxx-Team!



Kai Tietjen, Geschäftsführer
kt@konstruktiv.de

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 Ihnen nachfolgend kurz vorstellen:



Für eine der weltweit größten Personalvermittlungen übernehmen wir nach dem von uns ebenfalls betreuten Relaunch nun die laufende Suchmaschinenoptimierung.



Die Skandia Versicherung, einer der führenden Anbieter von Investment- und Vorsorgelösungen, beauftragt nach der SEO-Begleitung des Relaunches auch die fortlaufende Suchmaschinenoptimierung.



Seit kurzem betreuen wir den frisch gelaunchten Online Store für Druckerzubehör von Pelikan. Neben SEO und SEM ist auch eine halbjährige Kampagne auf www.wongsl.de geplant.



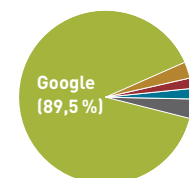
Die Mannheimer AG hat uns mit der Optimierung und Betreuung des Suchmaschinenmarketings für die Website www.mamax.com beauftragt.

1. Platz im SEO-Wettbewerb

Im Rahmen der Leitveranstaltung Online Marketing Düsseldorf hat unser Team an einem der meistbeachteten SEO-Wettbewerbe in diesem Jahr teilgenommen: dem „befreiphone-Contest“. Das trafficmaxx-Team erreichte dabei den ersten Platz. Ziel war, das Schlagwort „befreiphone“ bei Google auf Platz 1 zu bringen. Den Gewinn, ein simlockfreies iPhone, versteigerten wir bei eBay für einen guten Zweck. Über den Erlös freuen sich die Bremer Engel, eine mobile Familienhilfe für schwerstkranken Kinder und ihre Angehörigen.

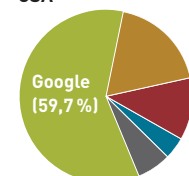
Marktanteile Suchmaschinen

Deutschland



Yahoo (3,1%)
T-Online (2,1%)
MSN (1,8%)
Übrige (3,5%)

USA



Yahoo (18,1%)
MSN (11,8%)
AOL (4,1%)
Übrige (6,3%)

WebHits,
Stand: 5.11.2008

Nielsen Online,
Stand: 27.10.2008

Werben, wo gesucht wird – mit Online Marketing mehr Anfragen im Web erzielen

Wie kann ich meinen Vertrieb und damit das Geschäft ankurbeln? Vor diese Frage gestellt, suchen viele Unternehmen nach den richtigen Lösungen. Denn letztendlich können Printanzeigen, Hörfunk- oder TV-Spots zwar hohe Aufmerksamkeit und Emotionalität erzeugen, der passende Händler, Shop oder Dienstleister für ein bestimmtes Produkt wird dann aber oft im Web gesucht. Ihre Anzeige in der Zeitung wird Sekundenbruchteile wahrgenommen, aber bringt sie auch wirklich die Interessenten zu Ihnen? Wir vergleichen die Werbeform Imagewerbung mit Maßnahmen des Online Marketings und beleuchten Vor- und Nachteile im Schwerpunkt dieses Newsletters.

Onlinewerbung ist sehr zielgerichtet – und somit effizienter und vor allem nachhaltig. Mit Online Marketing-Maßnahmen wie beispielsweise Suchmaschinenoptimierung und Sponsored Links (Google AdWords) erreichen Sie genau Ihre Zielgruppe. Wenn ein Internetnutzer auf der Suche nach Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung ist, erscheint Ihre Website in den Suchergebnissen.

Durch nachhaltige Suchmaschinenoptimierung positionieren wir ihr Unternehmen, ihre Produkte, ihre Dienstleistungen zu den für Sie wichtigen Suchbegriffen in den Top-Positionen bei Google & Co. Sie erzielen eine höhere Sichtbarkeit, mehr Anfragen, mehr Verkäufe.

Durch Sponsored Links können Sie zusätzlich Anzeigen schalten und Ihre Sichtbarkeit noch weiter erhöhen bzw. auch Sonderaktionen kurzfristig bewerben.

Potenziell höhere Reichweite

Und das alles bei einer potenziell höheren Reichweite: Während Sie bei Printanzeigen nur die Leser der Zeitung bzw. Zeitschrift ansprechen und die Reichweite somit durch die Auflage eingeschränkt ist, liegt die mögliche Reichweite bei der Suchmaschinenoptimierung bei über 40 Millionen deutschen Internetnutzern. Über Google erreichen Sie bis zu 95% dieser Nutzer, da Google Marktführer im Bereich der Suchmaschinen in Deutschland ist.

Einfache Erfolgskontrolle

Ein weiterer Vorteil der Online-Werbung ist die exakte Messbarkeit des Erfolges. Jeder Klick und jede Conversion kann gezählt werden. Somit können Sie den Return on Investment (ROI) direkt einsehen und den Erfolg beurteilen. Die Daten aus statistischen Auswertungen helfen zu-

dem dabei, die Suchmaschinenmarketing-Maßnahmen immer weiter zu verbessern und die Conversionrate zu erhöhen.

Geringere Kosten

Neben geringeren Streuverlusten, höherer Reichweite und einer exakten Messbarkeit des Erfolges, gibt es schlussendlich noch einen entscheidenden Vorteil: die geringeren Kosten. Ein Jahr Suchmaschinenoptimierung beginnt bei ca. 15.000 Euro. Der Erfolg dieser Maßnahmen ist nachhaltig – und genau messbar.

Nach der Suchmaschinenoptimierung sind Anzeigen bei Google die zweite wichtige Säule des Online Marketings. Bei Google AdWords ist das Tagesbudget frei wählbar. Durch die Recherche spezifischer Keywords sowie den Aufbau einer qualitativ hochwertigen Kampagne können Sie mit unserer Hilfe günstige Klickpreise erzielen.

Zwei Marketing-Formen im Quickcheck

Imagewerbung*

- + Transport von Emotionen
- + Aufbau eines Images
- + schnell hohe Reichweite erzielen
- sehr hohe Streuverluste
- hohe Kosten
- schlechte Messbarkeit des Erfolges

Online Marketing

- + Suchende werden direkt zum Ziel geführt
- + wenig Streuverluste
- + jeder Klick ist messbar
- + geringere Kosten
- weniger emotional

* bezogen auf Printanzeigen und TV-Spots

Wenn Sie Ihre Marke stärker bekannt machen wollen oder kurzfristig eine hohe Reichweite erzielen möchten, ist Imagewerbung das richtige Mittel. Geht es jedoch um die gezielte Generierung von Anfragen im Web sind Sie mit Maßnahmen des Online Marketings auf der sicheren Seite. Kein anderer Kanal generiert so günstig und zuverlässig Anfragen und steigert den Absatz.

*Tobias Ihde, Geschäftsführer
ti@konstruktiv.de*