

++ Neue Kunden & Projekte ++ unit 51 ++ Sichere Google-Suche ++ 12 Tipps für 2012 ++

Liebe Leserin, lieber Leser,

schon wieder liegt ein Jahr hinter uns und allerorts laufen die Planungen für ein neues, erfolgreiches Jahr 2012 bereits auf Hochtouren. Der Trend zur immer stärkeren Online-Nutzung wird dabei auch in diesem Jahr unaufhaltsam weitergehen und der Wettbewerb im Web gleichermaßen steigen – und so wird eine effiziente Online Marketing-Strategie wichtiger denn je. Ein wesentlicher Bestandteil kann und muss dabei das Suchmaschinenmarketing sein, denn Google & Co. sind nach wie vor für die meisten Nutzer der zentrale Anlaufpunkt, um sich über Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Eine gute Sichtbarkeit in Suchmaschinen ist somit weiterhin der wichtigste Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg Ihrer Website. Die Anforderungen speziell von Google werden dabei stetig komplexer und immer mehr verzahnen sich beispielsweise Aspekte der Suchmaschinenoptimierung auch mit anderen Online-Kanälen und -Aktivitäten. Eine ganzheitlich ausgerichtete Strategie ist daher der Schlüssel für Ihren Erfolg und wir möchten Ihnen mit diesem Newsletter **12 Tipps für ein erfolgreiches Jahr 2012** mit auf den Weg geben, die in Ihren Planungen Berücksichtigung finden sollten. Wir wünschen eine aufschlussreiche Lektüre!





Tobias Ihde, Geschäftsführer


Neue Kunden & Projekte


Wir freuen uns, wieder zahlreiche neue Kunden und spannende Projekte begrüßen zu dürfen und bedanken uns an dieser Stelle ganz herzlich für das Vertrauen.

Einige unserer neuen Projekte möchten wir kurz vorstellen:

 **congstar**: Klingelt's? trafficmaxx betreut den Mobilfunkanbieter congstar in Sachen SEO. Im ersten Schritt wurde eine an die speziellen Bedürfnisse angepasste Strategie ausgearbeitet, die nun langfristig in die Tat umgesetzt wird.

 **TUI** Wolters Reisen weitet die erfolgreiche Zusammenarbeit im Bereich der Google AdWords-Betreuung nun auf weitere Online Marketing Aktivitäten aus.

 Im Rahmen einer breit angelegten Online-Aktion für Heinz Beanz übernimmt trafficmaxx das Search Engine Advertising.

 trafficmaxx übernimmt für Pizza Hut Deutschland innerhalb einer Online-Kampagne die Google AdWords-Betreuung.

unit 51 – Entwicklung von Apps



die Gründung der neuen unit 51.

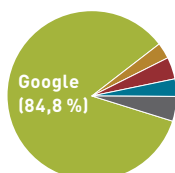
Wir freuen uns, Ihnen in diesem Newsletter eine tolle Neuigkeit verkünden zu können: Unsere eigenständige Gesellschaft mit Sitz in Bremen ist spezialisiert auf die Entwicklung und Umsetzung von Apps für alle mobilen Endgeräte wie Smartphones und Tablets und ist die ideale Ergänzung unseres digitalen Marketing-Portfolios. Das interdisziplinäre Team rund um den Leiter Christoph Hartwig setzt sich aus Experten zusammen, die sich insbesondere durch ihr Know-how im Webdesign und der Entwicklung verschiedener Applikationen für Social Media und mobile Geräte auszeichnen.

Informieren Sie sich bei:

Christoph Hartwig, ch@unit51.de

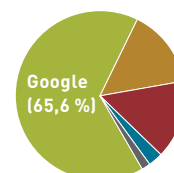
Aktuelle Marktanteile Suchmaschinen

Deutschland



Yahoo (3,2 %)
Bing (4,2 %)
T-Online (3,1 %)
Übrige (4,7 %)

USA



Yahoo (15,2 %)
Bing (14,8 %)
Ask (2,9 %)
Übrige (1,5 %)

WebHits
Stand: Dezember 2011

comScore
Stand: Dezember 2011



Weiterführende Informationen zur Google SSL-Suche gibt es in unserem Blog: www.wong.to/google-ssl

12 Tipps für Ihr erfolgreiches Jahr 2012

Kaum eine andere Branche entwickelt sich so rasant wie das Online Marketing. Der Bereich befindet sich seit Jahren in einem stetigen Wandel und zeigt immer neue Möglichkeiten für Suchende und Werbetreibende auf, die auch für Sie als Unternehmer neue Chancen bereithalten! Um in Sachen Online Marketing jedoch nachhaltig langfristige Erfolgsgeschichten zu schreiben, ist es von enormer Bedeutung, stets über Neuerungen und Entwicklungen der einzelnen Online Marketing-Kanäle informiert zu sein. Damit auch Sie zukünftigen Veränderungen Stand halten, geben wir Ihnen nachfolgend 12 wichtige Tipps für ein erfolgreiches Jahr 2012 mit auf den Weg.

1 Erkennen Sie das Potenzial



Eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung besteht grundsätzlich aus einer ganzheitlichen Herangehensweise, indem neben einer technisch optimierten Website auch zusätzliche Maßnahmen wie die Content-Optimierung und der Ausbau der Verlinkungen betrieben werden. Auch die Optimierung für die sogenannte Universal Search wird immer bedeutsamer. Entscheidend ist daher das Potenzial der einzelnen Ansätze zu identifizieren und bei

der Optimierung in den Fokus zu rücken. So ergeben sich je nach Status-Quo und Ausrichtung einer Website unterschiedliche Schwerpunkte: Online-Shops fehlt es bspw. aufgrund von allgemeinen Herstellerbeschreibungen häufig an einzigartigen Inhalten, bei Nachrichtenportalen hingegen liegt der Fokus oft eher darauf, die vielfältig vorhandenen Inhalte durch die technische Website-Optimierung und aktives Linkbuilding zu stärken.

2 Seien Sie spannend



Früher häuften sich im Web endlos lange Texte, die in erster Linie für Suchmaschinen geschrieben waren – Suchmaschinenoptimierung bedeutete Anreicherung mit zahlreichen Keywords anstelle von für den Nutzer lesbaren und informativen Inhalten. Spätestens aber seit dem sog. Panda-Update von Google wird ein besonderer Fokus auf qualitativ hochwertige Inhalte durch Google gelegt. Bieten Sie Ihren Besuchern also interessante Inhalte mit Mehrwert. Die

Einbindung von „Rich-Content“ in Form von Videos, Texten, Bildern und interaktiven Elementen verhilft nicht nur zu einer verbesserten Sichtbarkeit bei Google, sondern diese werden in der Regel auch häufiger von den Lesern weiterempfohlen. Hochwertige Inhalte schaffen zusätzliches Vertrauen. Aus diesem Grund ist die Einbindung von „Rich-Content“ gerade für Unternehmenswebseiten ein wesentlicher Bestandteil, um aus Besuchern potenzielle Kunden zu machen.

3 Eine Hand wäscht die andere



Der Aufbau von Verlinkungen ist ein wesentlicher Bestandteil einer erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung und guter Platzierungen bei Google & Co. Doch hochwertige Links zu bekommen ist inzwischen nicht mehr so einfach und erfordert einen hohen Arbeitsaufwand. Der stetige Wandel der Suchmaschinenalgorithmen fordert dabei ebenso kreative wie anpassungsfähige Maßnahmen, da neben einer Fülle von Links

in erster Linie Verlinkungen aus demselben Themenumfeld relevant sind. Nicht immer führen aber auch die einfachen und direkt ersichtlichen Wege schon zu „Quick-Wins“. Nutzen Sie bestehende Kontakte, Geschäfts- und Kooperationspartner, um in Testimonials oder Referenzen auf und zu Ihrer Website für Verlinkungen zu sorgen. Nehmen sie sich die Zeit, denn (fast) jeder Link zählt.

4 Optimieren Sie auf die richtigen Kanäle



Zu einem wesentlichen SEO-Bestandteil zählt heute auch die Google Universal Search. Google liefert zu immer mehr Suchanfragen passgenaue Zusatzergebnisse die immer präserter auf den Suchergebnisseiten erscheinen. Eines der bekanntesten Beispiele dürfte Google Places sein: lokale Suchergebnisse, die immer dann eingeblendet werden, wenn Suchanfragen einen regionalen Bezug aufweisen.

Weitere Kanäle der Universal Search sind u. a. Google Shopping, die Bildersuche, News, Videos, Blogs etc. Wichtig ist, die für Sie relevanten Universal Search-Kanäle zu identifizieren und eine bessere Sichtbarkeit zu schaffen. So bieten sich zum Beispiel für einen Online-Händler andere Möglichkeiten bei der Universal Search-Optimierung als für einen Betreiber eines Nachrichtenportals oder einen lokalen Dienstleister.

5

Führen Sie Ihre Besucher zum Ziel



Eine klare Seitenstruktur in Kombination mit hohem inhaltlichen Wert und einer gesunden externen Verlinkung sind das A und O besserer Platzierungen Ihrer Seite in Suchmaschinen. Doch gute Rankings allein sind nicht das Maß aller Dinge – der Erfolg von SEO-Maßnahmen misst sich ebenso an den Anfragen, Registrierungen, Verkäufen oder sonstigen Zielen Ihrer Website mithilfe derer investiertes Kapital zurückfließt. So ist auch die Usability einer Website ein ausschlaggebendes Kriterium, das über

Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Setzen Sie daher auf geschickte Benutzerführung! Sind Informationen und einzelne Elemente wie Formatierungen, Kontaktformular, Navigation Ihrer Website sinnvoll strukturiert? Untersuchen Sie, inwieweit Ihre Website die Nutzerbedürfnisse erfüllt. Eine fundierte Usability-Analyse kann hier sehr hilfreich sein, denn aufbauend auf den Erkenntnissen der Analyse können Sie Ihre Usability durch Optimierung von Design, Layout, Struktur etc. erhöhen!

6

Interdisziplinäres Online Marketing



Die wachsende Komplexität der Online-Welt bietet Website-Betreibern stetig neue Möglichkeiten. Wichtig dabei: Online Marketing im Ganzen funktioniert dann besonders gut, wenn dessen einzelne Disziplinen wie Suchmaschinenoptimierung (SEO), Search Engine Advertising (SEA) oder Social Media-Aktivitäten, klassische Marketingmaßnahmen oder schon die Pflege, Überarbeitung und Optimierung der Website selbst mit in eine ganzheitliche Strategieentwick-

lung fließen. Denn durch die Abstimmung der verschiedenen Disziplinen aufeinander, anstelle einer isolierten Durchführung einzelner Maßnahmen in den verschiedenen Kanälen, lassen sich wertvolle technische, inhaltliche und letztlich auch monetäre Synergieeffekte erzielen, neue Potenziale erschließen und die Effizienz Ihres Online Marketings steigern.

7

Machen Sie mehr aus Ihren Besuchern



Nicht immer führen mehr Besucher zu höherem Umsatz. Viele Websites schöpfen hier nicht das volle Potenzial aus, um aus Besuchern Kunden zu machen. Und auch wenn die Besucher Ihre Website grundlegend verstehen, bedienen können und den Weg zum Abschluss eines Auftrags, einer Registrierung oder eines Kaufs finden, so lässt sich die Erfolgsquote oftmals noch erhöhen. Genau hier setzt die Conversion-Optimierung an. Ziel der Conversion-Optimierung ist, den ROI nachhaltig zu steigern. Dafür gilt es zu analysieren, welche Berei-

che der Website von Ihren Besuchern gut oder ggf. gar nicht wahrgenommen werden und wo sich Stolpersteine und Ansätze zur Verbesserung befinden. Hierzu müssen alle relevanten Elemente auf der Website wie u. a. Landingpages, Formulare, Checkout und Bestell-Prozesse, Warenkörbe etc. getestet und analysiert werden. Eine Maßnahme zur Optimierung stellt der Einsatz von A/B-Tests dar, also bspw. die bestehende Variante einer Landingpage gegen eine andere zu testen, um so die am besten konvertierende Version herauszufinden und weiter zu optimieren.

8

Analysieren Sie Ihre Website-Besucher



Mit welchen Suchbegriffen gelangen User auf Ihre Seite? Welche Wege gehen sie durch die Website? Welche der Suchbegriffe führen auch zum Erfolg? Komfortable Monitoring- und Controlling-Tools ermöglichen Ihnen im Vergleich zur klassischen Werbung enorme Vorteile bei der Messung von Besuchern und deren Aktivitäten. Nutzen Sie die Möglichkeit solcher Tools für eine unabhängige, effektive Datenauswertung und behalten Sie den Überblick über Maßnahmen und Fortschritte. Je nach Ihren individuellen Anforderungen

und Zielsetzungen gibt es unterschiedliche Kennzahlen, die analysiert und zur Messung herangezogen werden sollten, um den Erfolg einzelner Maßnahmen zu bewerten. Relevante Kennzahlen sind je nach Online Marketing-Maßnahme und -Kanal bspw. Besucher, Page Impressions, Rankings, Sichtbarkeit, Conversion Rates etc. – egal wo der Schwerpunkt Ihres Geschäftsfeldes und Ihrer Website letztlich liegt: Nutzen Sie die Möglichkeit des Web-Controllings als eine wertvolle Grundlage zur stetigen Optimierung Ihres Online Marketings.

9

Lokale Suche mit Google Places



97 Prozent der Nutzer suchen laut Google online nach Unternehmen in ihrer Umgebung. Nutzen Sie dieses Potenzial und machen Sie Ihr Unternehmen auch lokal bekannt! Google bietet mit Google Places lokal ausgerichtete Trefferlisten inkl. Lagekarte, Anfahrtsbeschreibung und weiteren Zusatzinformationen. Ein entsprechender Eintrag für Ihr Unternehmen sollte also auf

keinen Fall fehlen. Ein weiterer Vorteil ist, dass ein Brancheneintrag bei Google Places kostenlos ist. Die Anzahl der Einträge bei Google Places wächst jedoch stetig, heben Sie sich deshalb von Ihren Mitbewerbern ab, indem Sie Ihren Eintrag mit Fotos, Videos, Angeboten und weiteren Informationen Ihres Unternehmens optisch und inhaltlich hervorheben.

10

Bringen Sie sich ins Gespräch



Social Media-Netzwerke wie Google+, Facebook & Co. sowie Blogs, Video- und Foto-Sharing-Plattformen sind heute für Internetnutzer fester Bestandteil der Interaktion und Kommunikation mit Freunden und Bekannten. Für Sie als Unternehmer eröffnet dieser ungebremste Trend Chancen, das Social Web auch zu nutzen, um den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens zu erhöhen. Erfahren Sie, was im Internet über

Sie gesprochen wird und investieren Sie in authentische Kommunikation mit Ihren Kunden. Mehrwerte in Form von Facebook Fanpages oder Corporate Blogs bieten Ihnen Möglichkeiten, Produkte und Dienstleistungen erfolgreich und kundennah zu verorten und Vertrauen zu Ihren Kunden aufzubauen. Machen Sie dabei jedoch nicht den Fehler, die sozialen Kanäle als reine Werbeplattform zu missbrauchen!

11

Der richtige Mix



SEO und SEA werden oftmals noch isoliert voneinander betrachtet und verwaltet, mitunter wird sogar nur einer der Kanäle aktiv genutzt. Um alle Google-Nutzer potenziell zu erreichen, sollten aber beide Kanäle genutzt werden. Auch inhaltlich ist die richtige Mischung entscheidend: Setzen Sie nicht nur auf die wichtigsten generischen und oftmals teuren und umkämpften Begriffe, sondern berücksichtigen Sie eine zielführende, breite

Basis. Bauen Sie daher auf den gleichzeitigen Einsatz von Suchmaschinenoptimierung und Search Engine Advertising und schöpfen Sie so wertvolle Synergieeffekte zwischen den beiden Kanälen voll aus! Die Zusammenführung von Daten aus SEO und SEA und die Optimierung beider Disziplinen ist dabei die beste Voraussetzung, kosteneffizienter zu arbeiten und eine größere Grundgesamtheit potenzieller Kunden zu erreichen.

12

Bleiben Sie auf dem Laufenden



Wie in kaum einem anderen Bereich kann man in der Online-Welt schnell mal den Überblick verlieren. Umso wichtiger ist es, sich stets über Neuerungen zu informieren und sich den Veränderungen anzupassen, will man erfolgreich gegen den Wettbewerb im Netz bestehen. Halten Sie sich also stets

auf dem neuesten Stand und lassen Sie sich aktiv und gut beraten über Google & Co., Themen wie das Panda-Update, Google AdWords Express, Facebook, Google+ für Unternehmen – und alles, was die vielfältige Online (Marketing)-Branche immer wieder an Veränderungen zu bieten hat.

Kontakt

Potenziale erkennen und neue Chancen nutzen

Gerne stehen wir Ihnen als Partner für die Betreuung und Optimierung Ihrer Website und Ihres Online Marketings zur Seite. Gemeinsam mit Ihnen identifizieren

wir Potenziale und Ansatzpunkte für eine erfolgreiche Online Marketing-Strategie, erarbeiten gezielt ein nachhaltiges Online Marketing-Konzept und betreuen Sie darauf aufbauend ganzheitlich. Sprechen Sie uns an!



*Jan Schweder,
Teamleiter & Technischer
Leiter traffixmaxx
Tel.: +49 (0)421/27 86 7-25
E-Mail: js@konstruktiv.de*