

trafficmaxx¹news

++ Neue Kunden ++ Lokale Suche ++ Wong SL ++ Zahlen und Fakten ++ Im Fokus: SEO und SEM ++

Liebe Leserin, lieber Leser,

Mehr als 75 % der Internetnutzer verwenden primär Suchmaschinen, um sich über Produkte und Dienstleistungen zu informieren oder einen Kaufprozess zu beginnen. Grund genug, sich in diesem Newsletter den beiden wichtigsten Kanälen des Online Marketings zu widmen: Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM).

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen das trafficmaxx-Team!



Kai Tietjen, Geschäftsführer

Neue Kunden

Wir freuen uns, viele Neuzugänge in unserem Kundenstamm begrüßen zu dürfen. Einige unserer neuen Kunden möchten wir kurz vorstellen:



Die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe startete mit einem SEO-Workshop in die Zusammenarbeit mit trafficmaxx.



Bei der Suchmaschinen-Optimierung des Online-Shops setzt ELV – Das Elektronikversandhaus auf trafficmaxx.



Für Panasonic Electric Works haben wir einen umfangreichen SEO-Workshop veranstaltet.



Die Bayer Schering Pharma AG erhielt einen umfangreichen, internationalen SEO-Day, um im Zeitalter von Suchmaschinen-Optimierung im Web 2.0 auf der Höhe der Zeit zu bleiben.



Der Fachverlag für Marketing und Trendinformation beauftragt die Suchmaschinen-Optimierung für diverse Projekte des Verlagshauses.



Den deutschen Markteintritt der KfZ-Versicherung AdmiralDirekt.de begleitet trafficmaxx mit der fortlaufenden Suchmaschinen-Optimierung.

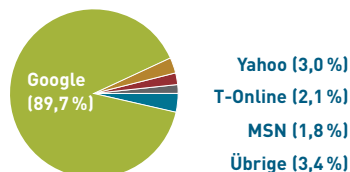
Lokale Suche: eine Chance

Mit dem Google Branchencenter haben Unternehmen die Möglichkeit, Ihren Web-auftritt prominenter in den Suchergebnissen zu positionieren, wenn eine lokale Suche zu einem bestimmten Suchbegriff (z. B. „Agentur Bremen“) durchgeführt wird. Einträge sind kostenlos und können ganz einfach vorgenommen werden. Ihr Unternehmen wird dann mit Details wie Adresse, Geschäftszeiten und Anfahrtsbeschreibung angezeigt. Selbst Fotos können eingepflegt werden. Eine Auswahl lokalspezifischer Suchergebnisse wird dann von Google noch oberhalb der übrigen Suchergebnisse angezeigt und auch im Rahmen von Google Maps, einem weiteren Google Service, ist man mit dem Eintrag zu finden.

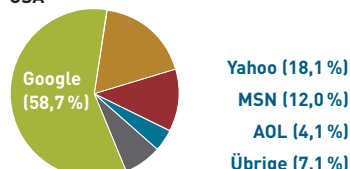
TIPP www.google.de/local/add

Aktuelle Marktanteile Suchmaschinen

Deutschland



USA



Zahlen und Fakten

Google AdWords ist das Marketing-Instrument mit der höchsten Inserentenzufriedenheit: 91 % der AdWords-Kunden sind zufrieden mit dem Erfolg. Andere Werbemöglichkeiten wie z. B. Postwerbung (59 %), Zeitschriften (56 %), TV (55 %) und Radio (52 %) sind weit abgeschlagen.

Google	91 %
Postwerbung	59 %
Zeitschriften	56 %
TV	55 %
Radio	52 %
Überregionale Zeitschriften	51 %
Regionale Zeitschriften	49 %
Gelbe Seiten (offline)	34 %

Google Learningcenter

Neues von Mister Wong

Das Anzeigensystem Wong SL ermöglicht Keyword-spezifische Anzeigenschaltungen auf dem Portal Mister Wong, das inzwischen monatlich von mehr als 4 Millionen Benutzern besucht wird. Komfortable Features wie Kampagnenbuchung, Keyword-Vorschläge und detaillierte Statistiken machen Wong SL zu einer attraktiven und relevanten Werbemöglichkeit.

Als Newsletter-Leser erhalten Sie unter Verwendung des Codes MWEG8L7H einen einmaligen Kennenlern-Rabatt in Höhe von 50,- Euro auf Ihre erste Buchung, gültig bis zum 31.07.2008.

TIPP www.wongsl.de

WebHits, Stand: 05.05.2008

Nielsen Online, Stand: 21.04.2008

SEO und SEM: Die beiden Säulen erfolgreichen Online Marketings

Erfolgreiches Online Marketing sollte auf eine breite Basis gestellt werden, denn durch vielfältige Maßnahmen wird eine möglichst hohe Reichweite erzielt. Doch bevor man einzelne Maßnahmen ergreift, muss man sich über die Zielsetzung im Klaren sein: Will man mehr Besucher auf die Website locken, mehr Kontakte generieren oder Verkäufe erzielen – oder alles zusammen? Damit Sie sehen, was überhaupt möglich ist, werden im Folgenden die zwei wichtigsten Kanäle des Online Marketings vorgestellt.

Suchmaschinen-Optimierung (SEO)

Ein wichtiges Instrument des Online Marketings ist die Suchmaschinen-Optimierung. Dabei werden auf einer Website technische und inhaltliche Voraussetzungen dafür geschaffen, dass Suchmaschinen den Internetauftritt optimal lesen und für zutreffende Suchanfragen listen können. Weiterhin wird die Linkpopularität ausgebaut, um die Relevanz der Website zu erhöhen und auch damit die Rankings zu einzelnen Suchbegriffen (Keywords) zu verbessern.

Wer bei entsprechenden Suchanfragen hoch positioniert ist, erhält in der Regel mehr Besucher auf seiner Website und damit mehr potenzielle Kunden. Mit Controlling-Tools wie unserem selbst entwickelten TMCC traffimaxx controlcenter kann die Entwicklung von Besucherzahlen und Anfragen genau nachvollzogen werden.

Ziel der Suchmaschinen-Optimierung ist es, die Positionen einer Website langfristig zu verbessern und damit ihre Sichtbarkeit nachhaltig zu erhöhen. Dies wiederum führt zu steigenden Besucherzahlen. Die Optimierung einer Website ist die Basis für erfolgreiches Online Marketing.

Suchmaschinen-Marketing (SEM)

Um die Reichweite zu erhöhen, können zusätzlich bezahlte Anzeigen geschaltet werden, die oberhalb und seitlich der normalen Suchergebnisse angezeigt werden. Bei AdWords, dem Werbesystem von Google, können Anzeigen zu vorher definierten

Suchbegriffen gebucht werden. Es fallen nur Kosten an, wenn die Anzeigen auch tatsächlich angeklickt werden. Über das frei wählbare Tagesbudget behält man stets die Kontrolle über die Gesamtausgaben. Je spezifischer die Keywords ausgewählt und die Anzeigentexte formuliert werden, desto größer ist der Erfolg dieser Kampagnen.

Vorteil der sogenannten „Sponsored Links“: Sie können kurzfristig geschaltet werden

und somit einzelne Angebote zeitnah bewerben. Dies ist besonders bei zeitlich begrenzten Werbeaktionen sehr nützlich. Durch das Local Targeting kann zudem festgelegt werden, in welchen Ländern oder Regionen die Anzeigen geschaltet werden sollen – es kann also sehr zielgruppengenau geworben werden. Schließlich kann man durch das Conversion Tracking den Erfolg der Kampagnen messen und einzelne Werbeaktionen sehr genau budgetieren und kontrollieren.

10 Insider-Tipps für SEO & SEM

Mit vielen Feinheiten können Sie den Erfolg von Suchmaschinen-Optimierung und Suchmaschinen-Marketing beeinflussen. Nachfolgend einige wertvolle Tipps.

Hier 7 Tipps für SEO und SEM:

1. 73% der Internetnutzer suchen mit Wortkombinationen aus zwei bis vier Suchbegriffen. Dies spiegelt sich auch klar im Traffic der Website wider – Finden Sie daher entsprechende Keywords!
2. Nutzen Sie zur Keyword-Recherche kostenlose Tools wie dieses: <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
3. Sorgen Sie für interessante Informationen zu Ihren Begriffen auf Ihrer Website. Eine attraktive Website wird von der Nutzerschaft häufiger verlinkt.
4. Verwenden Sie für jede einzelne Seite individuelle, ansprechende Titles & Descriptions.

5. Eine schlanke und schnelle Website vereinfacht den Suchmaschinen das Auffinden des Inhalts, wirkt sich positiv auf den Qualitätsfaktor Ihrer SEM-Kampagne aus und spart so Kosten.
6. Sorgen Sie dafür, dass Links auf Ihre Website mit Ihren Keywords im Text gesetzt werden.
7. Versuchen Sie Links von Seiten zu bekommen, die selbst mit Ihren Begriffen gut gefunden werden.

... und speziell für den Bereich SEM:

8. Wollen Sie viele Besucher – nutzen Sie generische Begriffe. Zielen Sie auf gute Conversionraten ab – beschränken Sie sich auf spezifische Keywords!
9. Denken Sie an falsche Schreibweisen inkl. der „Wie-man-es-spricht“-Variante und häufige Tippfehler. Da sind die Klickpreise zumeist geringer.
10. Denken Sie auch an ausschließende Keywords!