

Mehr Frequenz

FUSE berichtet in diesem Magazin, wie Sie mehr Frequenz erreichen

Wir helfen Ihnen, Ihre Kommunikation zu Ihren Kunden zu verbessern!

Herausgeber: FUSE GMBH
Mittelweg 169, 20148 Hamburg



Mehr Frequenz mit Suchmaschinenmarketing von Fuse



Suchmaschinenoptimierung
Was steckt dahinter?

Herkunft Suchmaschinen	
Suchmaschine	
Google Deutschland [Browse]	
ADL Deutschland [Browse]	
T-Online [Browse]	
Google [Browse]	
MSN Germany [Browse]	
MetaGer [Browse]	
Freemove [Browse]	
Google Schweiz [Browse]	

Langfristig gut platziert - Google AdWords und Web-Controlling mit etracker

"Auf die ersten Plätze, fertig, los ..."

Blickpunkt: Suchmaschinenmarketing

Mehr Frequenz mit Suchmaschinenmarketing von Fuse

Unsere Referenzen

Es existieren zur Zeit ca. 3 Milliarden Internetauftritte. Sie können es nicht dem Zufall überlassen, darunter gefunden zu werden. Immerhin haben Sie viel in Ihre Website investiert. Sie fragen sich, wie Sie "mehr Frequenz" erreichen können?

Um es ganz einfach zu sagen: Sie sind nur mit einer systematischen Optimierung Ihrer Website für Ihre potentiellen Kunden auffindbar.

Untersuchungen und die eigene Erfahrung zeigen, dass die Geduld, sich durch endlose Listen von Websites zu klicken, nach der ersten oder spätestens nach der zweiten Seite stark nachlässt. Wer also nicht weit vorne steht, ist so gut wie nicht präsent.

Ohne ein ausgefeiltes Suchmaschinenmarketing werden Sie nicht auf den Top Positionen bei Google gefunden werden.

Im Marketing-Mix stellt die Suchmaschinenoptimierung ein relativ kostengünstiges Instrument dar, mit dem Sie innerhalb kürzester Zeit und auch langfristig eine gute Frequenz Ihrer Website erreichen.

Auch für Unternehmen mit kleinem Etat lassen sich mit diesem Instrument gute Positionen bei Google erzielen.



Die schnelle Auffindbarkeit Ihres Unternehmens bei Google ist das A und O!

"Wir haben durch die Suchmaschinenoptimierung deutlich mehr Frequenz auf unseren Internetseiten."

B. Arnold, Leiterin World of TUI Berlin

"Die Optimierung unserer Seite www.modellhobby.de hat sich deutlich auf unseren Umsatz ausgewirkt. Diese Investition hat sich gelohnt."

A. Och, Geschäftsführer Staufenberg GmbH

"Mit vielen Keyword-Kombinationen haben wir Top-Positionen erreicht und damit unsere Besucherfrequenz erheblich steigern können."

T. Leich, date-up GmbH

"Mit FUSE haben wir einen Partner gefunden, der seine Versprechungen einhalten konnte. Auf dieser Basis können wir auch ausländische Märkte erreichen. Die Statistiken zeigen uns deutlich, wieviele Besucher sich auf welchen Seiten bewegen."

Dr. U. Schaper, Geschäftsführer Schaper Apartment

"Nach dem Relaunch unserer Seite haben wir auch unsere Keywords optimiert und werden jetzt optimal gefunden."

B. Götsch, Dibbern

Soll auch Ihr Unternehmen auf der ersten Seite stehen?



Was ist Suchmaschinenmarketing?

Suchmaschinenmarketing umfasst alle Maßnahmen zur Gewinnung von qualifizierten Besuchern über Suchergebnisseiten in Suchmaschinen.

Fuse empfiehlt seinen Kunden eine Kombination aus Suchmaschinenoptimierung und der Schaltung von bezahlten Textlinks in Google.

Warum Suchmaschinenoptimierung?

Hier ein paar Fakten, die keinen Zweifel daran lassen, dass eine Suchmaschinenoptimierung ein wichtiger Bestandteil Ihrer Marketingstrategie sein sollte:

- ▶ 85% der Internetnutzer benutzen Suchmaschinen, um Webseiten zu finden. Google hat einen Marktanteil von 76,6 % und ist damit absoluter Spitzenführer.
- ▶ 90% der Internetnutzer schauen sich nicht mehr als die ersten 30 Links Ihres Suchergebnisses an.
- ▶ 94% der Internetbesucher nutzen das Web für den Kaufentscheidungsprozess.

Wie geht Fuse bei der Suchmaschinenoptimierung vor?

1 Analyse der bestehenden Seite

Sie erfahren, wie gut Ihre Seiten für Google optimiert sind. Dabei benoten wir Ihre Seiten nach folgenden Kriterien

- ▶ Höhe des Pagerank
- ▶ Aufbereitung der Metatags
- ▶ Anzahl der indexierten Seiten
- ▶ Auswahl von Keywords in den Metatags
- ▶ Anzahl der Backlinks

4 Programmieren

Wir überarbeiten Ihre Internetseiten, ohne dass das Layout verändert wird.

2 Redaktionskonferenz

Wir sitzen mit Ihnen am runden Tisch. Dabei hat sich als sehr positiv herausgestellt, wenn Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen am Tisch zusammenkommen, also aus dem Vertrieb, Marketing oder PR.

5 Anmeldung in 200 Suchmaschinen

Das führt vor allem zu einer höheren Popularität.

3 Wettbewerbsanalyse

Wir vergleichen die Suchmaschinenstrategie Ihrer Wettbewerber. Welche Positionen haben sie in den Suchmaschinen, schalten sie Anzeigen? Und wenn ja, für welche Keywords.

6 Pagerank-Vererbung

Eintragen von Kurzinhalten Ihrer Unternehmensdarstellung auf unserer Portal-Seite Wissen-abc.de Das hohe Pagerank unserer Portalseite vererbt sich auf Ihre Seiten.

Jeder Topf hat seinen Deckel: das richtige Thema finden

Aber vor der Frage, wie man ein gutes Ranking erreicht, muss eine andere Frage stehen, nämlich die nach dem "was" bzw. "womit". Mit welchem Thema wollen Sie in die Top-10?

Das System jeder Suchmaschinenoptimierung (wie übrigens jeder Marketing- und Kommunikationsoptimierung) ist darauf ausgelegt, dass jemand etwas ganz Bestimmtes sucht und dass Sie die (potentiell beste) Lösung für das Problem haben.

Die Frage muss lauten:

Wonach würde jemand suchen, der sich darüber freut, Sie zu finden?

Es lohnt sich, sich darüber genau Gedanken zu machen. Je schärfer Ihr Profil ist, desto größeren Erfolg werden Sie bei Suchmaschinen haben und desto leichter werden die User auch auf Ihrer Website bleiben, wenn sie Sie gefunden haben.

Hier hilft es, so konkret wie möglich zu sein. Wer online etwas verkauft, sollte nicht erwarten, dass ihn jemand unter dem Suchbegriff "Online-Shop" sucht.

Wer online Kleidung verkauft, sollte nicht erwarten, dass er unter dem Begriff "Mode" gefunden wird.

Denn die Suchmaschine weiß nicht, was tatsächlich gesucht wird: Literatur, Produkte oder Institutionen im Bereich "Mode", einen "Online-Shop" für Software oder für Fahrräder?

Bei der Auswahl der richtigen Suchbegriffe braucht es vor allem gesunden Menschenverstand und verkäuferisches Gespür. Wer weiß besser als Sie selbst, was Ihre Kunden von Ihnen wollen?



"Link-Popularity" und "PageRank"

PageRank Der Erfolg von Google gründet sich vor allem auf eine Technologie, die Google "PageRank" genannt hat. Sie ist von vielen anderen Suchmaschinen inzwischen kopiert worden und wird vielfach auch als "Link Popularity" bezeichnet. Die Idee von Google ist, dass eine Website dann besonders gut sein muss, wenn sie von vielen anderen Websites "empfohlen" wird, diese also einen Link auf die Adresse setzen. Dabei "vererbt" sich eine hohe Link-Popularität: Ein Link von einer Seite mit einer hohen Link-Popularität zählt mehr als der von einer Seite, auf die kaum jemand verlinkt hat.

Das bedeutet für Ihre Seiten: Bringen Sie andere Webseiten dazu, auf Ihre Website zu verlinken. Es gibt kein besseres Mittel, um bei Google ein gutes Ranking zu bekommen.

Wie das geht?

Schaffen Sie interessante Themen. Bieten Sie guten Content. Und machen Sie das publik. An diesem Beispiel wird deutlich, wie nahe das Internet und Public Relations heute zusammen gewachsen sind.

Suchmaschinenmarketing - Was steckt dahinter?

Interview mit einem FUSE-Suchmaschinenoptimierer



Frage: "Könnten Sie uns bitte in aller Einfachheit erklären, wie eine Suchmaschinenoptimierung funktioniert?"

Antwort des Experten:

"In Zusammenarbeit mit dem Kunden erarbeiten wir eine Liste von Suchwortkombinationen, die potentielle Kunden in die Suchmaschine eingeben würden. Im nächsten Schritt erstellen wir für jede Suchwortkombination eine Unterseite, damit die Webseite des Kunden bei

Eingabe der Suchwortkombination bei Google gut zu finden ist. Der letzte Schritt der Optimierung umfasst den Eintrag in die ca. 200 wichtigsten Suchmaschinen und Linklisten. Was dahinter steckt: Google kann nur die Inhalte in den Suchergebnissen wiedergeben, die der Roboter auch beim Durchsuchen der Seite erkennt. Dabei macht Google Abstufungen zwischen relevanten und weniger relevanten HTML-Elementen auf einer Webseite."

Frage: "Könnten Sie am Beispiel eines Ihrer Kunden erläutern, innerhalb welcher Zeit nach einer Suchmaschinenoptimierung sich das Ranking verbessert hat?"

Antwort des Experten:

"Das Ergebnis einer Optimierung ist in der Regel bereits nach 2-3 Monaten sichtbar, manchmal sogar früher. Zuletzt

haben wir z. B. den Bootsaurüster AW Niemeyer GmbH optimiert. Mit allen 4 Keywords, mit denen unser Kunde bei Google gefunden werden möchte, erreichten wir innerhalb kürzester Zeit optimale Platzierungen."

Frage: Wie lange hält die gute Platzierung in der Regel an und welche Möglichkeiten gibt es, um die Platzierung dauerhaft zu halten?

Antwort des Experten:

"Optimierungen sind in der Regel über einen längeren Zeitraum wirksam. Wenn die Plätze fallen, optimieren wir nach. Wir betreuen unsere Kunden also langfristig. Für die dauerhaft gute Platzierung empfehlen wir, die Optimierung durch Werbung in ausgewählten Suchmaschinen zu unterstützen."

Vielen Dank für das Interview!

So bewerten Suchmaschinen: die Keywordrelevanz

Mit der Vorbereitung der Websites und/oder der Anmeldung bei den Suchmaschinen wird man nun in die "Indizes" aufgenommen. Über die Position in den Ergebnisseiten ist damit noch nicht entschieden.

Dieses Ranking wird von so gut wie allen Suchmaschinen (unter anderem) auf Basis der "Keywordrelevanz" bzw. der "Suchwörthäufigkeit" ermittelt. Die Suchmaschine prüft, wie oft und in welchem Zusammenhang das Suchwort auf der entsprechenden Seite vorkommt.

Auf der einen Seite wird eine Relation zwischen der Häufigkeit des Suchwortes zum sonstigen Text ermittelt. Ein Verhältnis von etwa fünf Prozent ist sehr gut.

Weiterhin vergibt die Suchmaschine Punkte, wenn das Suchwort in einem bestimmten Kontext steht. Ein Suchwort im Titel wird wichtiger eingeschätzt, ebenso wenn das Wort früh im Text und in Überschriften vorkommt oder fett bzw. kursiv formatiert ist.

Zudem werden die gefundenen Suchwörter höher bewertet, die innerhalb eines Links vorkommen oder auch in Beschreibungen von Bildern verwendet werden. Einige Suchmaschinen bewerten eine Seite auch dann höher, wenn der Suchbegriff in der URL vorkommt - der Name in der Domain zählt dabei höher als im Namen der HTML-Seite.

Bei Suchbegriffen, die aus mehreren

Wörtern bestehen, wie z.B. "Biographie Goethe" wird die Seite höher bewertet, bei der die beiden Suchbegriffe nicht nur häufiger, sondern auch direkt nebeneinander gefunden werden.

Seit einiger Zeit sind die Suchmaschinen dazu übergegangen, nicht nur die Relevanz einer einzelnen Seite zu erfassen, sondern sie im Kontext des gesamten Webauftritts zu bewerten. Folglich wird ein Suchergebnis dann höher bewertet, wenn die gesuchten Begriffe auch auf anderen Seiten des Internet-Auftritts vorkommen.

Google Adwords



Der Erfolg im Suchmaschinenmarketing ergibt sich aus der Kombination der Suchmaschinenoptimierung Ihrer Website und der gezielten Schaltung von Google AdWords.

Mit Fuse präsentieren Sie Ihr Produktangebot gezielt in den Suchmaschinenergebnissen. Und zwar immer genau dann, wenn Ihr Angebot oder Ihre Dienstleistung tatsächlich gesucht wird. Die Wahrscheinlichkeit, dass jemand auf Ihren Link klickt, liegt höher, weil dieser Textlink kontextabhängig erscheint.

Sie können mit Google AdWords Ihr eigenes Werbekonto verwalten. Durch einen Cost-per-Click (CPC)-Preis bezahlen sie nur, wenn Benutzer auf Ihre Anzeige klicken. Sie haben damit eine volle Kontrolle über Ihre Kosten. Eine tägliche Kostenlimitierung legt fest, dass sie nur so viel ausgeben, wie sie wollen.

Was tun?

Suchmaschinenmarketing macht Sinn. Interessant sind vor allem die "integrierten Ansätze", zu denen die modernen Suchmaschinen heute zwingen. Wer sein Unternehmen, sein Marketing und seine Kommunikation konsequent auf Suchmaschinen ausrichtet, tut viel für seinen Erfolg - nicht nur im Internet.

Entscheidend für Ihren Erfolg sind aber der Inhalt Ihrer Website und die Herausarbeitung eines Profils. Ohne das geht nichts.

Überlegen Sie sich, was Ihre Kunden von Ihnen wollen - versetzen Sie sich in Ihre Kunden hinein - das ist der Schlüssel zum Erfolg im Internet.

Web-Controlling mit *etracker*

Auf die Erfolgskontrolle und die Effizienzanalysen sämtlicher Online-Maßnahmen darf bei steigenden Ausgaben für diesen Bereich heutzutage nicht mehr verzichtet werden. Die Rentabilität von Internetseiten und E-Commerce-Aktivitäten erfordert eine genaue Analyse des Kundenverhaltens. Mit *etracker* können Sie Ihre Website durchleuchten. *etracker* gibt Ihnen die Information, die sie brauchen. Sie erkennen exakt das Verhalten der Besucher Ihrer Website. Diese wertvollen Informationen sind der erste Schritt zu einer gezielten Verbesserung Ihres Webauftritts. Sie verwandeln Websitebesucher in Ihre Kunden und ermitteln neue Kundenbindungspotentiale. Von jedem Internet-PC aus erfahren Sie in Echtzeit die Geheimnisse Ihrer Besucher. Mit einem Klick erkennen Sie exakt: Wie viele Nutzer hat meine Website? Woher kommen die Nutzer? Welche Seiten erregen besonders Aufmerksamkeit?

Wo verlassen die Besucher meinen Webauftritt? *etracker* liefert Ihnen diese und viele weitere wichtige Informationen mehr, die bares Geld für sie bedeuten.

Mit der innovativen *etracker* Messtechnologie erhalten sie übrigens genauere und weitreichendere Analysen, als dies von professionellen Logfile-Analysern zu erwarten ist. Und das alles bekommen Sie zu einem Bruchteil der Kosten.

etracker: Damit werden Ihre Webseitenbesucher zu Ihren Kunden von morgen.

Suchmaschine	↑	↓	↑	↓
Google Deutschland [Browser]	18.11.2005	1791	59,25%	
ACL Deutschland [Browser]	17.11.2005	57	3,46%	
T-Online [Browser]	18.11.2005	39	2,50%	
Google [Browser]	18.11.2005	31	1,99%	
MSN Germany [Browser]	16.11.2005	7	0,45%	
MetaGer [Browser]	17.11.2005	5	0,32%	
Franker [Browser]	09.11.2005	4	0,26%	
Google Schweiz [Browser]	17.11.2005	4	0,26%	
Yahoo [Browser]	12.11.2005	3	0,19%	
Freigele Deutschland [Browser]	18.11.2005	3	0,19%	
MSN Germany [Browser]	16.11.2005	7	0,45%	

Fuse arbeitet mit diesen Partnern zusammen:



Ohne das geht es nicht: Die technische Basis

Technisch stehen die Metatags für den Seitentitel und die Kurzbeschreibung im Mittelpunkt der Optimierung für die Suchmaschinen. Selbst wenn sie für das eigentliche Ranking keine große Relevanz besitzen, bieten sie dem Suchenden eine wertvolle Hilfe, denn beide werden in den Suchergebnissen angezeigt. Wer hier keine attraktiven Inhalte stehen hat, bietet dem User keine Anreize, auf seine Seiten zu klicken.

Wer diese Basisarbeit erledigt hat, kann sich eigentlich schon einmal zurücklehnen. Im Laufe der Zeit werden die "Robots", wie die Spider auch manchmal genannt werden, vorbeischaun. Sie durchwühlen das komplette Internet und

sind ständig auf der Suche nach Neuem. Um den Robots die Arbeit zu erleichtern, empfiehlt sich die manuelle Anmeldung der URL in Suchmaschinen. Aber Vorsicht! Von Anmeldediensten und Software, die damit werben, dass sie die Internetseiten in mehrere tausend Suchmaschinen eintragen, sollten Sie die Finger lassen. Das Resultat ist vor allem, dass Ihre E-Mail-Adresse bei ein paar tausend Diensten bekannt ist und Sie sich vor Spam-Mails nicht mehr retten können. In Deutschland gibt es nur eine gute Handvoll wichtiger Suchmaschinen.



Herausgeber:
FUSE
 Integrierte Kommunikation
 und Neue Medien GmbH
 Mittelweg 169
 D - 20148 Hamburg

Phone: +49/40/ 450 318-0
 Fax: +49/40/ 450 318-18
 ISDN: +49/40/ 450 318-81
 info@fuse.de
 www.fuse.de

FUSE ist Mitglied im



T-Systems

Qualified Partner