

Montag, 16. April 2007

Cartoons als Marketinginstrument

Cartoons gegen Links.

Marketingtechnisch ist dieser geniale Zeichner so manchen Cartoonisten aus Deutschland weit voraus. Das ist Werbung, die sich kostenlos von selbst verbreitet. Die Methode hat Sinn.

Weniger Sinn machen die Fälle, wo Zeichner und ihre Anwälte ganz kräftig mit Abmahnungen abkassieren. Abgesehen vom eigenen Imageschaden, stürzen diese mit ihren überzogenen Forderungen oft ganze Familien ins Unglück.

Mit Kanonen auf Spatzen zu schießen ist humorlos und eines guten Cartoonisten nicht würdig.

Geschrieben von Thomas Riemer in Google um 10:51

Mittwoch, 27. Dezember 2006

Suchmaschinenoptimierung

Gute Optimierung für Suchmaschinen bedeutet nicht nur Alles zu tun, um im Netz gefunden zu werden. Immer wichtiger wird es, auch etwas zu tun um NICHT gefunden zu werden!

Sie haben richtig gelesen.

Highjacking ist ein ernstes Problem geworden. Ein seit langem bekannter Bug von Google ermöglicht es verbrecherischen Webseitenbetreibern, den Content und den Pagerank Anderer zu stehlen.

Dieses Problem ist Google bekannt. Auch der Blog des bekannten Google-Mitarbeiters Matt Cutts ist davon betroffen. Bisher gab es nur die Möglichkeit sich mit dem Spürsinn eines Detektivs und in mühsamer Handarbeit dagegen zu wehren.

Mittlerweile gibt es ein tolles Script von bot-trap.de, das in jede php-Seite eingebaut werden sollte!

Mehr zum Thema finden Sie [HIER!](#)

Ach ja, wenn wir schon bei Suchmaschinen sind: mainfind.de: Jetzt eintragen!

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 08:35

Dienstag, 23. Mai 2006

Google führt Video-Werbung ein

San Francisco (Reuters) - Der Internet-Konzern Google führt Video-Werbung ein und nimmt damit den Kampf gegen das Fernsehen um den größten Teil der Werbeetats auf.

Dabei sollen die Filme als Standbild zu sehen sein und sich erst dann abspielen, wenn der Benutzer sie anklickt. "Wir bieten ein sehr, sehr unaufdringliches Werbeprodukt an", sagte Gokul Rajaram von Google AdSense am Montag. "Nur Benutzer, die die Werbung anklicken, sehen das Video." Das neue Format soll in den kommenden Tagen eingeführt werden. Die Filmdateien selbst sollen auf Googles Servern gespeichert werden, um den Kunden die Anwendung zu erleichtern.

Der Markt für Internet-Werbung in den USA wuchs 2005 um 30 Prozent auf 12,5 Milliarden Dollar und macht damit fünf Prozent des gesamten Werbemarktes aus. Allein für Werbung im Kabelnetz wurde 18,9 Milliarden Dollar ausgegeben.

Geschrieben von Thomas Riemer in Google um 12:06

Donnerstag, 27. Oktober 2005

Der Google-Pagerank

Heiss umkämpft ist er, der Pagerank. Oft zynisch als Webmasterpenisverlängerung bezeichnet, hat der kleine grüne Balken, eine enorme Bedeutung gewonnen. Viele haben die Entwicklung übersehen, die die wahre Bedeutung des Pageranks genommen hat.

PageRank ist nicht mehr so wichtig, wie er mal war:

Die weit verbreitete Meinung, der nette grüne Balken hätte was mit dem tatsächlichen Ranking auf der Suchergebnisseite zu tun ist inzwischen schlichtweg falsch.

Überprüfen Sie diese Tatsache doch einfach selbst: Starten Sie eine Suche, und kontrollieren Sie den Pagerank der gelisteten Seiten! Wenn Sie links auf die Graphik klicken, erhalten Sie das Ergebnis für "Österreichische Suchmaschine". lool.at liegt weit über Google, obwohl lool einen weit geringeren Pagerank hat.

Was ist Pagerank:

PageRank ist ein System, welches Google hilft, die Suchergebnisseiten zu organisieren. PR ist ein Teil von Googles ranking algorithmus. Google erklärt PageRank folgendermassen:

"PageRank relies on the uniquely democratic nature of the web by using its vast link structure as an indicator of an individual page's value. In essence, Google interprets a link from page A to page B as a vote, by page A, for page B. But, Google looks at more than the sheer volume of votes, or links a page receives; it also analyzes the page that casts the vote. Votes cast by pages that are themselves 'important' weigh more heavily and help to make other pages 'important.'

Important, high-quality sites receive a higher PageRank, which Google remembers each time it conducts a search. [...]"

Hat Google das PageRank-Konzept verworfen?

Nun, es sieht ganz danach aus. Einer der möglichen Gründe: Das Pagerank-Patent gehört der Stanford Universität! Wenn Google am PageRank-Konzept festhalten würde, dann könnte das teuer werden.

Das bedeutet?

Legen Sie Wert auf themenrelevante Verlinkung, unabhängig vom Pagerank. Selbst, wenn dieser noch Einfluss auf das Ranking hat, so hat diese Art der verlinkung noch weitere Vorteile:

Sie erhalten sehr leicht Linkpartnerschaften auf Seiten mit wenigen ausgehenden Links. Diese bringen mit Sicherheit mehr, als Linkpartner mit hohem PageRank, die ihre Seiten meistens ohnehin schon mit Partnerlinks zugestraft haben. Einzig bei PR0-Seiten sollten Sie vorsichtig sein. Diese könnten von Google abgestraft und damit wertlos sein... Auch wenn Sie immer noch ein PageRank-Fan sind: Die letzten PR-Updates haben gezeigt, dass viele Seiten ganz plötzlich von PR0 auf PR5 gekommen sind. Es ist ein Vorteil, schon vorher den eigenen Link auf so einer Seite zu haben...

Wenn Sie also themenrelevante Linktauschgebote ab PR1 haben, nur her damit

Links zum Thema PageRank-Abwertung:

<http://www.clickz.com>

<http://www.searchenginelowdown.com>

<http://www.searchengineguide.com>

<http://searchenginewatch.com>

Werbung:

Internet Marketing

Geschrieben von Thomas Riemer in Google um 09:52

Donnerstag, 29. September 2005

Versicherungsblog

Im openBC -Forum wurde die Frage gestellt, ob und wie man mit Blogs Geld verdienen kann.

Dieser Frage gehe ich nun mit meinem Weblog zum Thema Versicherungen nach.

Versicherung ist eines der bestbezahlten Keywords. Mit Versicherungen bei Google & Co ein brauchbares Ranking zu erreichen ist mit Sicherheit ein schwieriges Unterfangen. So habe ich bei manchen Tricks einfach maßlos übertrieben. (Alles oder Nichts).

Die Domain enthält den Begriff Versicherung gleich dreifach, etc...

Mal sehen, wie Google reagiert.

Wer meinem Versicherungsblog beim Wachsen zusehen will, kann das hier tun: **VERSICHERUNG**

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 16:08

Dienstag, 27. September 2005

Lexikon für Suchmaschinenoptimierung

Ein sehr brauchbares und angenehm gestaltetes Lexikon für SEOs hab ich im Netz gefunden:

Es ist ein aktuelles und unkompliziertes Nachschlagewerk für alle, die Webseiten für Suchmaschinen optimieren oder sich über Suchmaschinenoptimierung als Marketing-Instrument informieren wollen.

Das Ziel des Lexikons ist es, jeden wichtigen Begriff aus dem Bereich Suchmaschinenoptimierung zu erfassen und dessen Bedeutung zu erklären. Das Lexikon wird daher ständig erweitert und aktualisiert.

HIER gehts zum Lexikon der Suchmaschinenoptimierung.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 13:34

Donnerstag, 18. August 2005

Wer den falschen Optimierer engagiert, wird ausgelistet

Das interessante Interview mit Christian Mauer von der Sumo GmbH gibts im Handelsblatt zu lesen.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 11:35

Dienstag, 2. August 2005

Tool für SEO

Ein kleines Plugin für Firefox kann die Arbeit von SEOs erheblich erleichtern. Über das Kontextmenü sind dann folgende Erweiterungen erreichbar: Yahoo Backlinks, Google Backlinks, Google Cache, Google Related, PageRank Check, MSN Backlinks, Alexa Site Info, Alexa Traffic Graph, DMOZ Inclusion, Keyword Density, Page Size Checker, HTML Validator, Server Header Viewer, Wayback Machine, Whois Info und mehr.
Das Plugin kann kostenlos auf seopen.com heruntergeladen werden.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 14:07

Sonntag, 31. Juli 2005

Suchmaschineneintrag mit Software

Inzwischen ist der Markt überschwemmt mit Eintragungssoftware und diversen Scripts, die diese Arbeit für Sie übernehmen soll.

Nicht immer halten diese Produkte, was sie versprechen. Oft bewirken diese Tools sogar das Gegenteil.

Wichtig bei Suchmaschineneintragen sind Qualität, nicht Quantität!

Mittlerweile hab ich einiges an Software ausprobiert.

Das einzige Tool, das ich wirklich uneingeschränkt empfehlen kann ist der Internet Business Promoter. IBP ist ein mehrfach preisgekröntes Software-Programm, das Ihnen dabei hilft, die besten Ergebnisse mit Ihrer Website zu erhalten. Es wird ethisch einwandfreie Suchmaschinenoptimierung geachtet, was Garantie für langfristigen Erfolg ist. Einige meiner Seiten liegen mit Hilfe dieses Tools bereits unter den Top 10 bei Google.

Hier gehts zur Webseite des Herstellers!

Geschrieben von Thomas Riemer in Einträgen um 11:35

Dienstag, 26. Juli 2005

FROHE WEIHNACHTEN!

Frohe Weihnachten? Ist er jetzt völlig durchgeknallt?

Nein. Suchmaschinenoptimierer müssen ihrer Zeit voraus sein. Genau jetzt ist die Zeit um Ihre Seite für Weihnachten fitzumachen!

Beim Onlinemarketing verhält es sich nicht anders als im "normalen" Geschäftsleben: ca 50% des Jahresumsatzes werden im Weihnachtsgeschäft eingefahren. Gerade um die für Weihnachten typischen Keywords gibt es ein großes Gerangel. Gute Positionen in Suchmaschinen sind schwer zu erreichen. JETZT ist die Zeit, um sich darum zu kümmern. Suchmaschinen reagieren träge auf Optimierungsversuche. Für neue Domains ist dieser Zeitrahmen kaum noch ausreichend.

Der einzige Ausweg ist bezahlte Werbung in Suchmaschinen, um im Netz noch wahrgenommen zu werden. Aber diese Methode wird teuer. Die entsprechenden Keywords werden Höchstpreise erreichen.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 12:24

Donnerstag, 30. Juni 2005

Notwendige Suchmaschinenposition

Im Rahmen der Internet-Studie "WWW-Benutzer-Analyse W3B" untersuchte das Marktforschungsunternehmen Fittkau & Maaß die Notwendigkeit von guten Suchmaschinen-Positionen

Zu den wichtigsten Ergebnissen zählt die Tatsache, dass mehr als die Hälfte der befragten User (insgesamt 53,1%) die normale Suchergebnisliste bevorzugen und nicht auf bezahlte Textanzeigen klicken. 28,4 Prozent der User machen es jedoch vom Inhalt ihrer Suchanfrage abhängig, ob sie auf Index-Ergebnisse oder Anzeigen klicken.

Suchmaschinen werden von den Usern in jeder Phase ihres Kaufentscheidungsprozesses eingesetzt: 57,2 Prozent der Suchmaschinen-Nutzer geben an, dass sie Suchmaschinen eher am Anfang ihrer Suche nutzen, um einen Überblick über das Angebot im Internet zu erhalten. 29,4 Prozent setzen sowohl am Anfang ihrer Suche als auch kurz vor dem tatsächlichen Kauf auf Suchmaschinen.

Auf die Frage, wie Suchmaschinen-User reagieren würden, wenn sie gegen Ende einer Produktsuche (d.h. kurz vor der Kaufentscheidung) in einer Suchergebnisliste auf einen Anbieter stoßen, der ihnen bereits zu Beginn ihrer Suche aufgrund ausführlicher Produktinformationen positiv aufgefallen ist, antworten 48,6 Prozent: "Ich klicke aufgrund der guten Produktinfos erneut auf das Ergebnis." Ein Viertel der User kauft bei diesem Anbieter jedoch nur dann ein, wenn er das gesuchte Produkt auch noch sehr günstig anbietet. Immerhin 10 Prozent der User sind bereit beim Anbieter mit guten Produktinfos auch etwas mehr zu bezahlen.

Interessant ist auch das Ergebnis, dass 31,8 Prozent der Suchmaschinen-Nutzer davon überzeugt sind, dass Anbieter, die bei mehreren Suchanfragen nach einem Produkt in den Suchergebnissen immer wieder ganz oben auftauchen, in diesem Bereich führende, bekannte Anbieter sind. Allerdings: Rund 30 Prozent der User geht auch davon aus, dass diese Anbieter eher teuer sind, weil sie viel Geld für Suchmaschinen-Werbung ausgeben.

Wird ein Anbieter, den ein Suchmaschinen-User nach einer Suchanfrage in der Ergebnisliste erwartet hätte, nicht gefunden, so schließt ein Drittel der User daraus, dass dieser Anbieter das gesuchte Produkt nicht führt. 16,5 Prozent der User glauben dann, dass der Anbieter in diesem Bereich offensichtlich kein führender Anbieter ist. Nur 3,7 Prozent der User führen diesen Umstand darauf zurück, dass der Anbieter wirtschaftliche Probleme hat und deshalb keine Suchmaschinen-Werbung betreibt.

Fazit: Für Online-Anbieter ist sehr wichtig, in Suchmaschinen gefunden zu werden – und zwar sowohl im Index als auch bei den Textanzeigen. Schließlich wählt der Suchende, je nach Inhalt der Suchanfrage, zwischen Ergebnissen aus dem Index und Pay per Click Werbeanzeigen.

Quelle: www.werbeanzeige.de Top- Platzierungen in Suchmaschinen.(Book)Oliver Lehmann, Antje LehmannReleased: 15. August 2002

Geschrieben von Thomas Riemer in Suchmaschinen um 11:28

Montag, 27. Juni 2005

RSS und Suchmaschinen

RSS -Feeds haben positive Auswirkungen auf die Listung in Suchmaschinen

Wichtige Punkte dabei sind:

Durch RSS-Feeds, kommen die Abonnenten öfters auf den Seiten vorbei - zusätzlich zu den Besuchern, die über Suchmaschinen kommen.

Zusätzlich nutzen die zusätzlichen Links, die auf die Feeds verweisen, dem Pagerank in den Suchmaschinen.

Aber auch die Nutzer der RSS-Feeds haben etwas davon, wenn sie die RSS-Feeds in ihre Seiten einbinden, denn durch die häufige Änderung der Inhalte kommen Suchmaschinen-Spider öfters bei diesen Seiten vorbei.

D.h. es lohnt sich, RSS-Feeds zu publizieren!

Auch der Einbau fremder RSS-Feeds in die eigenen Seiten hat positive Effekte!

Newsfeeds mit RSS - Nachrichtenaustausch mit Rich Site Summary, RDF und Atom(Book)Heinz WittenbrinkReleased:
Juni 2005

Geschrieben von Thomas Riemer in Suchmaschinen um 10:55

Samstag, 25. Juni 2005

Google Adwords - Blog

Von Google gibt es mittlerweile ein eigenes Blog zum Thema Adwords.
Googlemitarbeiter geben dort Tips zu Optimierung Ihrer Adwords - Kampagnen.
Hier gehts zu [Inside AdWords](#)

Direktmarketing in Echtzeit: Richtig werben mit Google Adwords(Book)Robert BiermannReleased: 01. Februar 2004

Geschrieben von Thomas Riemer in Google um 17:36

Sonntag, 19. Juni 2005

Suchmaschinen & Webkataloge

Alleine im deutschsprachigen Raum gibt es inzwischen annähernd 1000 Suchmaschinen und Webkataloge. Brauchen wir die wirklich? Was ist der Nutzen für unser Onlinemarketing?

Direkte Besucher bringen nur die wirklich großen Suchmaschinen, wie Google & Co, sowie einige wenige Kataloge, die sich auf die Thematik unserer Webseite spezialisiert haben.

Vergessen Sie also die Eintragsdienste, die Ihnen für viel Geld eine Eintragung in hunderte Suchmaschinen und 1/2 Million Linklisten versprechen!

Sinnvoll ist eine Eintragung nur in Kataloge, die von Google gespider werden. Das bringt zwar keine direkten Besucher, kann aber das Ranking bei Google erhöhen. Achten Sie also auf Kataloge, wo Ihre URL direkt verlinkt wird, und wo die Unterverzeichnisse nicht über dynamisch erzeugte URLs aufgerufen werden. Nur dort lohnt sich ein Eintrag. Aber auch nur dann, wenn die Eintragung manuell oder halbautomatisch vorgenommen wird. Ich betreibe selbst auch Webkataloge, und ich garantiere Ihnen, daß Seiten, die in die falsche Kategorie eingetragen wurden, oder Seiten, die sich einfach unter "Sonstige Links" eingetragen haben, nicht aufgenommen werden. Warum sollte ich meine Energie in die Faulheit Anderer stecken? Automatische Eintragsdienste machen den Fehler der falschen Kategoriezuweisung aber sehr häufig. "Eintragung erfolgt" bedeutet noch lange nicht "Aufnahme erfolgt".

Lohnender sind daher Linkpartnerschaften mit themenrelevanten Seiten. Davon profitieren Sie sicher mehr.

Fazit:

Erst wenn Sie überzeugt sind, alles unternommen haben, um Ihre Seite zu optimieren, dann sollten Sie sich an die Eintragung in kleinere Kataloge machen.

Geschrieben von Thomas Riemer in Einträgen um 16:51

Donnerstag, 16. Juni 2005

Google Sitemaps

Google bietet jetzt als Webmastern ein neues Feature, um die eigene Website schneller indexieren zu lassen. Google möchte damit die Zeit bis zur Aufnahme zu verkürzen und auch die Informationen über eine Website aktueller halten.

Neben dem letzten Aktualisierungsdatum kann für bestimmte Seiten auch eine Priorität angegeben werden. Seiten, die bisher durch die interne Verlinkung nicht erfasst wurden, können jetzt angemeldet werden. Das ist für viele Content-Management-Systeme ein großer Vorteil, da dynamisch erzeugten Seiten häufig vom Googlebot nicht immer korrekt gespidert wurden.

Aktuelle Informationen und die Möglichkeit zur Eintragung der eigenen Website findet man bei Google Sitemaps.

Geschrieben von Thomas Riemer in Google um 11:25

Mittwoch, 15. Juni 2005

Linkpartner

Links zu tauschen ist eine sehr effiziente und kostengünstige Möglichkeit Ihre Marketingerfolge zu optimieren.

Warum Linkpartner?

Die wichtigen Suchmaschinen berücksichtigen bei ihrem Ranking die Link-Popularität Ihrer Website. Sie erhalten mehr direkte Besucher, unabhängig von Ihrem Ranking bei Suchmaschinen. Durch eine Linkliste zu themenrelevanten Seiten, erhält Ihre Seite einen Mehrwert, der zur Kundenbindung beitragen kann.

Wie finde ich Linkpartner?

Eine Möglichkeit ist herauszufinden, wer auf Ihre Mitbewerber linkt. Mit folgender Suchanfrage ganz einfach: `link:www.mitbewerber.de`. Diese Seiten sind wahrscheinlich themenrelevant und wir wissen, daß sie grundsätzlich bereit sind andere Homepages zu verlinken.

Ein weiterer Weg ist folgende Suchanfrage: `Eigenes Keyword+Links`. Anstatt Links können Sie auch Linkliste, Linkpartner, etc ausprobieren. Auch hier finden Sie Seiten, die zu Ihrem Thema passen, und die bereit sind Links zu setzen.

Auch eine Suche in diversen Webkatalogen kann helfen, indem Sie in den passenden Kategorien stöbern...

Mögliche Linkpartner kontaktieren:

Besuchen Sie das Impressum der entsprechenden Site und schreiben Sie ein möglichst persönliches und freundliches Mail an den Webmaster. Keinesfalls sollten Sie Massenmails versenden oder gar Werbung mitsenden!

Links einbauen

Um Ihre Linkliste für Partnerlinks möglichst attraktiv für Andere zu machen sollten Sie folgende Punkte beachten:

Nicht zu viele Links auf einer Seite.

Kein Linklistenscript verwenden, das dynamische URLs erzeugt und daher von vielen Suchmaschinen nicht gependert wird.

Die Linkliste sollte von der Startseite aus direkt erreichbar sein.

Die Links sollten sich in einem neuen Fenster öffnen, damit keine Besucher von Ihrer Seite abgezogen werden. (Und dann schwer zurückfinden)

Ihr Link auf der Partnerseite

Kontrollieren Sie ab und zu, ob Ihr Link noch eingetragen ist. Wenn Sie viele Linkpartner haben, kann das auch ein einfaches Programm für Sie erledigen.

Achten Sie darauf, daß Ihr Link nicht mit dem `nofollow`-tag versehen ist. Dieser Zusatz im Quelltext verhindert ein spiders Ihrer Seite.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 19:53

Sonntag, 12. Juni 2005

Dateinamen & Suchmaschinen

Nur zu oft werden sie vernachlässigt: Die Dateinamen

Einige Suchmaschinen, wie zB. Fireball lieben klare und aussagekräftige Dateinamen.

Tun Sie den Suchmaschinen diesen Gefallen! Diese werden es Ihnen mit mehr Besuchern danken;-)

Bis zu 256 Zeichen wären für eine html, php, etc Seite erlaubt. Bringen Sie doch dort Ihre gewünschten Keywords unter.

Eine weitere Möglichkeit wären Subdomains. Diese sind schnell ohne Zusatzkosten eingerichtet und werden von Suchmaschinen gleich bewertet, wie Domainnamen.

Nachdem niemand wissen kann, wie die Suchmaschinen ihre Prioritäten ändern, sollte man dieses Prinzip konsequent auch bei Verzeichnisnamen, Bilddateien, Bildbeschreibungen, etc durchhalten.

Viele meiner Besucher kommen inzwischen von der Google - Bildersuche. Warum wollen Sie drauf verzichten?

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 19:30

Der richtige Webseitentitel

Der Titel einer Website ist eines der wichtigsten Seitenelemente. Gute Webseiten-Titel können die Effektivität Ihrer Website erheblich verbessern.

Der Titel einer Website ist der Text, der zwischen den TITLE -Tags im HTML-Code einer Webseite geschrieben steht. Wenn Sie dort den richtigen Text verwenden, dann können Sie mehr zielgruppengenaue Besucher erhalten.

Warum sind Webseiten-Titel so wichtig für den Erfolg Ihrer Website?

Der Titel Ihrer Webseiten ist wichtig für Suchmaschinen

Für viele Suchmaschinen ist der Titel einer Webseite wichtiger als andere Webseiten-Elemente. Wenn Ihr Webseitentitel Ihre wichtigen Schlüsselwörter enthält, dann ist es wahrscheinlich, dass Sie für diese Schlüsselwörter gut platziert werden.

Der Titel Ihrer Webseiten ist wichtig für Web-Surfer

Der Titel Ihrer Webseiten ist das erste, was Web-Surfer von Ihrer Website sehen. Die meisten Suchmaschinen zeigen den Titel einer Webseite als Hauptlink in den Suchergebnissen an. Darüber hinaus wird der Webseiten-Titel verwendet, wenn jemand ein Lesezeichen zu Ihrer Webseite setzt.

Während die meisten Suchmaschinen es nicht ermöglichen, die Beschreibung einer Webseite zu beeinflussen, wird der Titel einer Website in der Regel ohne Veränderungen angezeigt.

Was bedeutet das für Sie?

Es ist wichtig, dass Ihre Webseiten Titel haben die Web-Surfer ansprechen und Ihre wichtigen Schlüsselwörter enthalten.

Wenn Sie beispielsweise einen Computer-Laden in Wien haben, verwenden Sie folgenden Titel besser nicht:

Willkommen bei Hugo & Sohn

Die meisten Surfer werden wohl nicht auf diesen Link klicken, weil diese Sie nicht kennen. Der Titel sieht für den durchschnittlichen Surfer nicht sehr attraktiv aus. Verwenden Sie besser diesen Titel:

Hardware, PC's und Notebooks zu Schnäppchenpreisen. Der Computerhändler in Wien.

Warum ist der zweite Titel besser als der erste?

Der zweite Titel bietet gegenüber dem ersten Titel einige Vorteile:

Der zweite Titel enthält Schlüsselwörter, die für das Geschäft relevant sind.

Die Erwähnung dieser Wörter im Titel erhöht die Wahrscheinlichkeit, dafür gut platziert zu werden.

Der zweite Titel informiert Web-Surfer über den Inhalt der Website und gibt diesen einen Grund, zu klicken: Kaufen Sie Hardware, PC's und Notebooks zu Schnäppchenpreisen.

Der zweite Titel enthält eine Ortsbestimmung.

Die Erwähnung von Wien ermöglicht es Surfern, schnell zu entscheiden, ob es Sinn macht, die Seite zu besuchen. Darüber hinaus ist es so viel wahrscheinlicher, dass die Seite für einen Suchbegriff wie "Computer Wien" gefunden zu werden.

Gute Webseiten-Titel helfen dabei, Ihre Suchmaschinen-Platzierungen zu verbessern und mehr Leute dazu zu bringen, auf Ihren Link zu klicken.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 14:37

Flash und Suchmaschinen

Flash-Filme werden für die Webseitengestaltung immer beliebter. Abgesehen davon, daß Effekthascherei nicht bei allen Besuchern gut ankommt, und oft für unnötig lange Wartezeiten sorgt, können Flashfilme auch den Grund für Ihre Webseite zunichte machen: Gute Marketingerfolge!

Leider wird die Wahrscheinlichkeit, gut in Suchmaschinen platziert zu werden, mit der Verwendung von Flash-Elementen deutlich geringer.

Speziell Flash - Intros können den Weg der Suchmaschinen auf die Unterseiten versperren.

Suchmaschinen können nur reinen Text erfassen. Alles, was auf Bildern oder in Flash-Filmen steht, ist für Suchmaschinen nicht sichtbar.

Google spricht dieses Problem auf seinen Seiten an: "Wenn Funktionen wie Javascript, Cookies, Sitzungs-IDs, Frames, DHTML oder Flash verhindern, dass Sie Ihre gesamte Site in einem Textbrowser anzeigen können, treten beim Durchlaufen der Site durch Crawler möglicherweise Schwierigkeiten auf."

Wie können Sie also guten Platzierungen in Suchmaschinen erhalten, obwohl Sie Flash verwenden?

Zuerst sollten Sie überlegen, ob Ihre Website wirklich Flash verwenden sollte. Denken Sie daran, dass viele Websurfer noch mit Modemverbindungen im Internet surfen. Diese Surfer warten nicht gerne 1-2 Minuten, nur um eine Animation Ihres Firmenlogos zu sehen. Wenn die Flash-Animationen keine nützlichen Informationen enthalten, dann enttäuschen Sie Ihre Besucher.

Eingangsseiten, die lediglich Ihr Firmenlogo zeigen verärgern Websurfer noch viel mehr. Wenn Sie Webseiten so ähnlich wie Firmenbroschüren gestalten, dann zeigen Sie Ihren Besuchern lediglich, dass Sie das Konzept des Internets noch nicht richtig verstanden haben.

Beachten Sie auch, dass nicht jeder den Flash-Player installiert hat. Fügen Sie immer einen Link zu einer Webseite hinzu, die die Information des Flash-Filmes als normalen Text enthält.

Flash gar nicht zu verwenden oder weitere Seiten zu erstellen, die die Inhalte der Flash-Seiten ohne Flash enthalten sind der einfachste Weg, sicher zu stellen, dass Suchmaschinen und Webseiten-Besucher Ihre Inhalte sehen können.

Wenn Sie unbedingt Flash auf Ihrer Website verwenden müssen, dann helfen Ihnen die folgenden Tipps dabei, von Suchmaschinen indiziert zu werden:

Bieten Sie Links zu alternativen Seiten, die Text und Schlüsselwörter enthalten, die von Suchmaschinen erfasst werden können.

Platzieren Sie über und unter Ihrem Flash-Film Text, den Suchmaschinen indizieren können.

Wenn Sie Flash-Filme in Ihren HTML-Code einbinden, verwenden Sie Ihre wichtigsten Schlüsselwörter im Dateinamen des Films .

Sie können das `object standby`-Attribut verwenden, um Text zu bestimmen, der während des Ladevorgangs angezeigt wird. Darüber können Sie das Attribut `object title` verwenden, um einen Filmtitel mit Schlüsselwörtern zu verwenden.

Verwenden Sie das Tag `noembed`, um Text für Web-Browser zu bieten, die Flash nicht unterstützen. Beschreiben Sie darin den Inhalt des Flash-Filmes da Suchmaschinen diese Beschreibung auch lesen können.

Sie könnten Ihren Flash-Film transparent machen und mittels CSS "über" Ihre anderen Website-Inhalte legen. Manche Suchmaschinen betrachten dies jedoch als Spamming.

Manche Suchmaschinen bieten sogenannte Pay-for-inclusion-Programme an, damit Ihre Website unabhängig vom Inhalt indiziert wird. Beachten Sie, dass auch diese Suchmaschinen immer noch Text benötigen, um Ihre Seite zu indizieren.

Sie könnten eine alternative Text-Website nur für Suchmaschinen erstellen. Achtung: Diese, "Cloaking" genannte Technik wird von vielen Suchmaschinen jedoch als Spam angesehen!

Linken Sie von anderen Seiten Ihrer Website auf Ihre Flash-Seite und verwenden Sie dabei wichtige Schlüsselworte im Linktext.

Verwenden Sie das Programm Macromedia Flash Search Engine SDK, um Flash den Text und die Links aus Flash-Filmen in HTML für Suchmaschinen zu verwandeln.

Geschrieben von Thomas Riemer in SEO, Optimierung um 14:15