

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

Mittwoch, 29. Juni 2005

Werbetexte

Werbetexte sind wie Pfeile:
Wenn sie nicht treffend sind, sind sie verloren!

Geschrieben von Thomas Riemer in Psycho-logisches um 10:42

Onlinewerbung vorbereiten

Nur zu oft wird Werbung lust - und lieblos gemacht. Viele Betriebe meinen "wieder mal werben zu müssen". Werbung ist teuer und Werbung braucht Zeit. Zu oft werden diese wertvollen Ressourcen vergeudet und eben mal Werbung gemacht. Das Ergebnis führt dann zur (falschen) Erkenntnis: Werbung bringt ja doch nix..... Auch wenn Agenturen beauftragt werden, bedeutet das nicht, daß man sich selbst keine Gedanken machen muß, und sich nicht vorzubereiten braucht.

Sehr viel Geld wird verschleudert, um Webseiten zu bewerben, die so schrecklich sind, daß sie nur einmal besucht werden. Gut, Sie hatten zusätzliche Besucher durch Ihre Werbekampagne. Kunden werden aber keine daraus....

Bevor Sie halt wieder mal werben, stellen Sie sich einfach folgende Fragen:

Was genau will ich bewerben?

Wie kann ich mich von den Mitbewerbern unterscheiden?

Welchen Nutzen hat mein Kunde?

Wie geht's meiner Zielgruppe, wie leben sie, welche Probleme, Bedürfnisse hat sie?

Was genau ist Ihr Werbeziel?

Welche Dauer ist sinnvoll?

Wieviel darf ein neuer Kunde kosten, um noch Gewinn zu machen?

Ist meine Webseite, ist mein Produkt überhaupt soweit ausgereift um es bewerben zu können?

Und ganz wichtig: Wie messe ich meinen Werbeerfolg?

Alles Fragen, zu denen Sie denken: Naja, ist ja ohnehin klar und logisch.

Dennoch werden eben die einfachsten Anforderungen für erfolgreiches Internetmarketing immer wieder ignoriert.

Werbung ist immer noch Stiefkind in den meisten Betrieben!

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 10:17

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

Personalisierte Briefmarken

Kostengünstige Offlinewerbung ermöglicht die österreichische Post:

Unter meinemarke.at bietet sie die Möglichkeit personalisierte Briefmarken zu bestellen.

Die Vorteile:

Statt Briefmarken werden fast nur mehr Strichcodes oder Stempel verwendet. Briefmarken fallen auf!

Es gibt genügend Sammler, durch die man sich die Auflage finanzieren kann.

Bei einer Versteigerung bei ebay, kann man nicht nur die Druckkosten finanzieren. Als Zusatznutzen erhält man

Werbung auf einer besucherstarken Seite...

Andere Druckwerbung wird fast ausnahmslos weggeworfen. Diese aber wird gesammelt, und scheint in Katalogen und Webseiten auf.

Frankieren Sie Ihre Geschäftspost mit eigenen Briefmarken. Es lohnt sich!

Geschrieben von Thomas Riemer in Offlinewerbung um 18:40

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

Donnerstag, 23. Juni 2005

Werden Sie verrückt!

Sein oder Nichtsein, das ist die Frage im heutigen Geschäftsleben.

Was unterscheidet erfolgreiches Internetmarketing von kurzlebigen Blindgängern?

Am Anfang steht die Idee. Erfolgreiche Ideen sind immer einfach.

Der erfolgreichste österreichische Einzelkämpfer im Onlinemarketing ist ein wiener Ebayhändler. Auch seine Idee war simpel: Er hat beobachtet, welche Produkte bei Ebay gefragt sind und hat diese Produkte dann billig in Asien eingekauft. Im 2. Jahr macht dieser Mann nun Millionenumsätze.

Eine sehr einfache und logische Idee. Das kann doch Jeder, werden Sie denken. Stimmt, aber es tut nicht Jeder!

Die konsequente Ausrichtung auf ein Ziel, ist der Schritt nach der Idee, bei dem schon Viele stolpern...

Und da ist noch etwas, was den Erfolg ausmacht: Marketing aus dem Lehrbuch schafft zwar eine solide Basis, der Erfolg kommt aber erst mit der Würze! Eine Portion Verrücktheit, ein kleines Abweichen von der Norm, kann den Unterschied zwischen Sein und Nichtsein bedeuten!

Beobachten Sie die Erfolgreichen. Lesen Sie Biografien! Sie werden feststellen, daß Erfolg immer mit Verrücktheit, Querdenkerei und ausbrechen aus der Norm zu tun hat.

Werden Sie verrückt!

Geschrieben von Thomas Riemer in Psycho-logisches um 09:10

Mittwoch, 22. Juni 2005

Marketing im Windschatten

Warum selbst ein Vermögen für Werbung ausgeben, wenn das Andere für mich tun?

Nutzen Sie das Potential der Marktführer! Diese betreiben ein professionelles und kostspieliges Marketing, auch für Sie. Sie müssen nicht alle Ihre Produkte und Dienstleistungen bei Ebay oder Amazon verkaufen.

Legen Sie dort "Köder" aus, und holen Sie sich Kunden von den Großen!

Einige wenige Schnäppchen bei Ebay oder Amazon richtig präsentiert, können Ihre eigene Webseite beleben...

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 08:31

Montag, 20. Juni 2005

Mundpropaganda

Keine andere Werbeform kann Mundpropaganda ersetzen.

Natürlich zählt die Empfehlung eines Freundes mehr, als anonyme Werbung in welchem Medium auch immer.

Wie können wir also Mundpropaganda für unsere Produkte fördern oder erleichtern?

Selbstverständlich ist die Qualität und der Preis unserer Produkte ein wichtiges Kriterium.

Im Onlinemarketing bietet sich die folgende Möglichkeit an: Ermöglichen Sie die Weiterempfehlung mit wenigen Mausklicks!

Alle großen Anbieter nutzen dieses Potential. Ein Button mit der Aufschrift "Diesen Artikel weiterempfehlen" kann Wunder wirken und erzeugt enorme Konversionsraten.

Als zusätzlichen Anreiz, Produkte weiterzuempfehlen kann ein Partnerprogramm dienen.

Wenden Sie sich an einen großen, seriösen Anbieter, der die Abwicklung übernimmt. So haben eventuelle Partner eine geringere Hemmschwelle mitzumachen. Große Anbieter haben einen hohen Bekanntheitsgrad, und zahlen die Erlöse aus anderen Partnerprogrammen gemeinsam aus.

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 10:25

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

Freitag, 17. Juni 2005

Trends bei Logos

Auf gdusa.com sind wieder die neuesten Trends bei Firmenlogos zu verfolgen. Auch wenn man die "trends" nicht allzu ernst nehmen sollte, für Inspiration sind die vorgestellten Logos allemal gut.

Geschrieben von Thomas Riemer in Webdesign um 11:07

Donnerstag, 16. Juni 2005

Weg mit dem Speck!

Der Speck muss weg! Ein bekannter und werbewirksamer Spruch eines österreichischen Handyanbieters. Für gutes Onlinemarketing gilt das erst recht. Erstaunlich wieviel Speck die Internetpräsentationen so mancher Anbieter haben. Dieser Speck quält sich gar langsam durch die Leitungen potentieller Kunden. Nicht jeder hat Breitbandinternet und nicht jeder hat die Geduld auf den Speck zu warten.... Nur zu oft erhalten Webdesigner den Auftrag zur Gestaltung von Firmenhomepages, die in Wahrheit nur Graphiker sind. Tolle Graphiken und ressourcenraubende Animationen können schon beeindruckend sein. Für Onlinemarketing ist jedoch Benutzer- und Suchmaschinenfreundlichkeit bei weitem wichtiger. Google ist wahrscheinlich die erfolgreichste Internetfirma aller Zeiten. Ein Teil des Erfolgs liegt sicher im Design. Wer Erfolg haben will, muß sich erfolgreiche Seiten zum Beispiel nehmen...

Geschrieben von Thomas Riemer um 21:04

Favicon nur eine Kleinigkeit?

Favicon.ico, eine Kleinigkeit mit großer Wirkung. Branding, ein wichtiger Begriff in der Marketingwelt. Branding wirkt auch im Detail. Umso erstaunlicher, daß selbst auf Sites von Marketingexperten dieses Icon nur zu oft fehlt. Natürlich fällt es in der Adressleiste kaum auf, wenn man auf die Seite selbst fokussiert ist. Wichtig wird diese "Kleinigkeit" bei der Suche in den eigenen Favoriten: Ich klicke gerne immer wieder mal auf Links, die aus den Favoriten herausstechen. Das kann leicht durch ein auffälliges Favicon erreicht werden. So erzielen Sie mit wenig Aufwand eine nicht zu unterschätzende Wirkung...

Geschrieben von Thomas Riemer um 17:42

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

Garantierte Top-10 Positionen bei Google & Co!

So oder ähnlich werden Tools beworben, die wahre Wunder vollbringen sollen. Naja, klicken wir mal auf diese Werbung und sehen wir uns an was uns erwartet....

Ich komme auf eine Seite wo folgendes versprochen wird:

Das jahrelange KnowHow amerikanischer Marketingexperten nun endlich auch in deutsch verfügbar! Stechen Sie Ihre Konkurrenz aus und sichern Sie sich Ihren Logenplatz in den Top10-Plätzen der größten deutschen Suchmaschinen. Mit einem Mausklick haben Sie Zugriff auf das Tool, welches Ihren Counter explodieren lassen wird!

Sie erhalten:

Sofortzugang zu unserem einzigartigen PositionMagic Page-Generator

eine Schritt-für-Schritt Anleitung zur Änderung Ihrer Webseiten

Sie können unbegrenzt viele Doorwaypages erstellen - Verwendung ohne Limit auch nach Beendigung Ihrer Mitgliedschaft

Anmeldung von beliebig vielen Seiten bei den wichtigsten deutschen und internationalen Suchmaschinen, automatisch mit nur einem Mausklick.

Bonus Tipps: Wie der Google Page Rank funktioniert und wie Sie Ihren einfach verbessern können.

Ist ja toll, denke ich und werfe einen Blick auf die Pagerankanzeige: Pagerank 0.

Ja, verwenden denn die ihr eigenes Wundermittel gar nicht?

Aber sicher sind die unter den Top 10 bei Google, wenn das mit diesem tollen Tool so einfach ist.

Ich suche also nach "top 10 position". Das wird ja auf dieser Seite so oft angepriesen. Von top 10 keine Spur: Nachdem ich unter den Top 100 noch nicht fündig geworden bin, breche ich die Suche ab.

Warum verwenden die Betreiber ihr "Einzigartiges Profi-Knowhow" nicht selber? Oder ist es schon ausverkauft?

Nun die Erstellung von den angepriesenen Doorwaypages hat mit ethischer Suchmaschinenoptimierung nichts zu tun und führt bei vielen Suchmaschinen zum Ausschluss aus dem Index.....

Greifen Sie zu!

Für unglaubliche 99,00 EUR pro Monat katapultieren Sie Ihre Webseiten aus jeder Suchmaschine

Geschrieben von Thomas Riemer in Fehler um 14:02

Webseiten zerlegen

Sie haben sich für teures Geld von einer Agentur einen Webauftritt gestalten lassen?

Gerne zerlege ich Ihre Seite kostenlos, wenn Sie damit einverstanden sind, die Kritik auf dieser Seite wiederzufinden.

Kontaktieren Sie mich einfach über die Kommentarfunktion. Vielleicht wird Ihre Homepage dann in dieser Kategorie verrissen

Geschrieben von Thomas Riemer in Schlechte Beispiele um 12:41

Abmahnungen

Mittlerweile haben Juristen eine neue Ära des Raubrittertums eingeleitet:

Die Abmahnung ist eine willkommene Möglichkeit für viele Anwälte, ans schnelle Geld zu kommen.

Ein seriöser Jurist, Herr Dr. Bahr hat dazu folgende Promotion verfasst: Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung im Bereich des Internet.

Kurze Inhaltsangabe:

"Das Internet ist auch in Deutschland längst zum Massenkommunikationsmittel geworden. Es vergeht derzeit kaum ein Tag, an dem nicht über den Missbrauch einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung im Internet berichtet wird. Vom "Abmahn-Krieg", von "Abmahn-Haien, die bloß auf Unwissende warten" und von "Abmahnwellen" ist die Rede. Fast überall im "Netz der Netze" ist der Vorwurf zu hören, dass finanzkräftige Unternehmen sich kleinere Internet-Firmen mit geringer finanzieller Liquidität aussuchen, um diese dann wettbewerbsrechtlich abzumahnern und sie durch die drohenden Gerichtskosten faktisch zum Nachgeben zwingen.

Diese Arbeit untersucht, in welchem Umfang die erhobenen Vorwürfe berechtigt sind und welche Möglichkeiten zur Lösung des Problems denkbar sind."

Blog Export: Internetmarketing, <http://www.inter-net-marketing.biz/>

Das lesenswerte Buch wurde von Herrn Bahr kostenlos als Download zur Verfügung gestellt.

Geschrieben von Thomas Riemer in Rechtliches um 11:14

Dienstag, 14. Juni 2005

Galerie des miesen Marketings

Wer ein Spezialist für mieses Marketing ist, ist auch einer für gutes.
So auch Christian Rothe mit seiner "Galerie des miesen Marketings"
Eine besuchenswerte Seite, auf der Sie erfahren, wie Sie's nicht machen sollen...

Geschrieben von Thomas Riemer in Fehler um 15:22

Montag, 13. Juni 2005

Kreative 404 - Seiten

Wahrscheinlich haben Sie beim Surfen im Internet schon einige "404 not found" oder "404 Seite existiert nicht"-Seiten gesehen. Eine "404 not found"-Seite ist die Seite, die erscheint, wenn man versucht, eine Webseite aufzurufen, die nicht existiert.

Dies passiert öfter als man denkt, in der Regel, wenn jemand eine falsche Adresse im Web-Browser eingibt oder einem Link zu einer Seite folgt, die nicht mehr existiert.

Es gibt sogar Hostingprovider, die Gratiswebspace über Werbung auf den 404-Seiten finanzieren!

Eine typische 404-Seite sieht wie folgt aus:

HTTP 404 Not Found

Die von Ihnen angeforderte Seite existiert nicht auf diesem Server.

Die genaue Wortwahl ist immer etwas unterschiedlich, aber in der Regel sind diese Seiten nicht besonders kreativ. Es ist sehr unwahrscheinlich, dass die Person, die diese Seite sieht, sich weiter mit Ihrer Website beschäftigt.

Leute, die zu einer "404 not found"-Fehlerseite kommen, sind in der Regel verlorene Besucher. Diese Besucher sehen Ihre Webseiten-Informationen nicht und sie können Ihre Produkte nicht kaufen.

Nutzen Sie dieses Potential: Individuelle 404-Fehlerseiten halten Kunden auf Ihrer Website.

Die meisten Webhoster ermöglichen es Ihnen, individuelle "404 not found"-Fehlerseiten zu erstellen. Wenn Sie dies noch nicht getan haben, dann sollten Sie sich jetzt um eine individuelle 404-Seite kümmern.

Eine individuelle 404-Seite ist eine einfache Möglichkeit, Besucher auf Ihrer Website zu halten. Sie ermöglicht Ihnen darüber hinaus, Ihre Besucher auf Seiten Ihrer Wahl zu lenken. Mit besonders originellen 404ern können Sie sogar neue Besucher auf Ihre Webseite locken.

Beispiele gibt's hier!

Geschrieben von Thomas Riemer in Webdesign um 18:57

Online-Marketing für regionale Energieversorger

In einer branchenweit stark beachteten Studie haben die beiden Frankfurter Agenturen PAGEmachine AG und zweimannagentur in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Schmalkalden Anfang 2004 die Stärken und Schwächen der Webauftritte von Energieversorgern genau unter die Lupe genommen. Nun ist die Studie unter www.pagetrend.de zum kostenlosen Download verfügbar.

Weit über 90% der regionalen Versorger sind im Internet präsent. Entsprechend stellt sich für die Unternehmen nicht mehr die Frage: "Internetauftritt, ja oder nein?". Die Frage heißt: "Wie?" Viele Antworten darauf bietet die PAGEtrend-Studie.

Für den ersten Teil der Studie „Versorgungsunternehmen Online“ wurden 100 repräsentativ ausgewählte Internetauftritte von Versorgungsunternehmen aus dem ganzen Bundesgebiet nach 70 Kriterien aus den Bereichen Technik, Informationsgehalt, Serviceangebot und Image analysiert.

Im zweiten Teil wird diese Untersuchung um die Ergebnisse einer Expertenumfrage ergänzt. 88 Entscheider geben detaillierte Auskünfte zu über 50 Fragen hinsichtlich Marketingzielen, Relevanz des Internet für den Marketing-Mix, Zugriffsdaten, Nutzungsintensität, Budgets und Projektverantwortlichkeit.

Die Einschätzungen der Manager kombiniert mit den Ergebnissen der Seitenanalyse ergeben ein differenziertes Bild von Wunsch und Wirklichkeit. Somit liefert die Studie Machern und Entscheidern effektive Hilfestellungen für eine effizientere Nutzung und Optimierung der eigenen Internetpräsenz.

Nachdem inzwischen beinahe die komplette Druckauflage vergriffen ist, haben die Macher sich dazu entschlossen, die Studie zum kostenlosen Download zur Verfügung zu stellen. Interessierte können die Studie als PDF unter folgender Adresse herunterladen: www.pagetrend.de

Geschrieben von Thomas Riemer in Pressemeldungen um 17:29

Corporate Blogs

Corporate Blogs, offizielle Weblogs von Unternehmen, sind vor allem bei IT-Unternehmen in den USA ein immer beliebteres Instrument der Unternehmenskommunikation. Das Unternehmen kann dadurch direkt mit Händlern und Kunden kommunizieren und gibt sich transparent und offen. Allerdings birgt ein Corporate Blog auch Risiken, berichtet die Los Angeles Times.

Wachsende Liste

Mehr als 100 Corporate Blogs von US-Unternehmen, vor allem aus der IT-Branche, zählt die LA Times. Aber neben Microsoft und Sun Microsystems wagen sich langsam auch andere Branchen in die "Blogosphäre": Beispielsweise der Autokonzern General Motors mit seinem "FastLane"-Blog, der monatlich bis zu 200.000 Unique Visits bekommt. Der Blog von Sun-Präsident Jonathan Schwartz kommt sogar auf bis zu 300.000 Visits.

Diskussion

Die Risiken eines Blogs liegen einerseits in den Reaktionen der User, andererseits in den Inhalten, die dort diskutiert werden. Die Reaktionen der User können für das Unternehmen unangenehm und oft auch recht rau im Ton ausfallen. In Blogs ist die Sensibilität für Inszenierung sehr hoch. Merken die User, dass hier nur Werbung betrieben wird oder Presseaussendungen veröffentlicht werden, kann das schnell den Zorn der Blogger-Community auslösen. Das musste McDonald's feststellen, das bei einer Online-Kampagne zum Super Bowl eine Werbung als (Fake-)Blog ausgab.

Regelwerk

Auf der anderen Seite sind unternehmensintern genau festgelegte Regeln für die Blog-Kommunikation der Mitarbeiter notwendig. Bei Diskussionen über Unternehmenspolitik, Produkte und andere Themen dürfen selbstverständlich keine Unternehmensgeheimnisse ausgeplaudert werden. Jedenfalls dürfen Mitarbeiter keine Informationen zu Finanzen und geistigem Eigentum preisgeben. Was ein Unternehmen aber genau als intern betrachtet, muss vor der Entscheidung für einen Corporate Blog geklärt werden. Diese Richtlinien gelten dann mitunter auch für die persönlichen Blogs der Mitarbeiter. Google feuerte beispielsweise einen Mitarbeiter, der in seinem Blog zu freizügig über seine Arbeit bei dem Internetunternehmen plapperte.

aus dem Standard

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 17:16

Verkaufsstrategie und Psychologie

Merkwürdig, wie wenige Webmaster imstande sind, sich selbst zu beobachten.

Würden sie sonst so schreckliche Seiten ins Netz stellen?

Was uns hochbezahlte Wirtschaftspsychologen raten, das können wir einfach an uns selbst beobachten:

Wie fühlen Sie sich, wenn die Hauptseite ewig braucht, um vollständig geladen zu werden?

Fühlen Sie sich verarscht, wenn dann nach langer Ladezeit nur ein Intro mit Logo ohne Informationsgehalt erscheint?

Wie geht's Ihnen dabei, wenn die Navigation zwar cool designt, aber völlig gegen Ihre Surfgewohnheiten ist?

Wenn Sie höchste Konzentration aufbringen müssen, um aus all dem Geblinke die Information herausfiltern zu können?

Wenn Ihre Nase am Bildschirm klebt, um die Schrift lesen zu können?

Wenn Sie die Seite mit Ihrem Lieblingsbrowser gar nicht betrachten können?

Oder wenn Sie mit Musik berieselt werden, die Sie absolut nicht ausstehen können?

Jeder der genannten Sätze ist für sich ein Grund, um wertvolle Besucher, die auch Kunden hätten werden können, zu vergraulen.

Blog Export: Internetmarketing, <http://www.inter-net-marketing.biz/>

Bevor Sie eine Webseite gestalten, beobachten Sie Ihr eigenes Surfverhalten!

Geschrieben von Thomas Riemer in Psycho-logisches um 16:34

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

Freitag, 10. Juni 2005

Linktips & Partnerlinks

Ihr Link hier? Senden Sie bitte ein Mail mit Ihrem Link, und dem Link, wo meine Seite eingebunden ist.

Andere Marketingblogs:

Nico Zorn ist bei der der Pyromedia GmbH für die Bereiche Online-Marketing verantwortlich und bloggt über seine Erfahrungen.

Auf monoblog gibt Norbert Krennmair seine zum Teil sehr persönlichen Erfahrungen preis. Krennmair ist Wirtschaftspsychologe, deshalb hab ich ihn auch in diese Kategorie gestellt.

Linkpartner

Geschrieben von Thomas Riemer um 20:55