

Sonntag, 28. August 2005

ERROR, Du Idiot!

Fehlermeldungen können Kunden vergraulen. Niemand würde bei einem Verkaufsgespräch auf die Idee kommen, dem Kunden ständig zu sagen, was er alles falsch macht. Sogar bei Freunden ist man da vorsichtig...

Genau das geschieht aber häufig auf Webseiten, und zwar in entscheidenden Phasen des Verkaufs.

Sie haben eine falsche Postleitzahl angegeben,

Sie haben vergessen,

Sie sind schuld!

Selbst wenn es wirklich ein Fehler des Kunden war:

Auch im Netz gilt die altbekannte Regel: "DER KUNDE HAT IMMER RECHT!"

Mir als Österreicher passiert es immer wieder bei Bestellungen auf deutschen Onlineshops, die angeben auch nach Österreich zu versenden:

Sie haben eine falsche Postleitzahl angegeben!

Ihre Adresse ist falsch!

Die angegebene PLZ existiert nicht.

Diese Fehlermeldungen sind falsch und ärgerlich. Ich verzichte dann oft eine 0 vor die vierstellige, österreichische PLZ zu setzen. Und ich verzichte auf einen weiteren Besuch dieser Seite...

Geschrieben von Thomas Riemer in Psycho-logisches um 08:49

Mittwoch, 24. August 2005

Projekt Forestation

Eigentlich bin ich ja kein Freund von Multilevelmarketing, aber bei diesem Projekt hab ich selbst mitgemacht.
Warum?

Es ist nach allen Regeln des guten Marketings aufgezogen:

Forestation ist sympathisch. Es bricht aus aus der üblichen Masche und Gestaltung des Multilevelmarketings. Keine Bildchen von Glücklichen Familien, wie aus schlechter Zahnpastawerbung, keine Luxusvillas mit Traumaautos davor.

Das Projekt wirkt ehrlich, und erreicht eine Zielgruppe, die von MLM bisher nicht erschlossen wurde.

Einfachste Handhabung eines komplizierten Systems ist Zeichen guten Marketings.

Ich hab mitgemacht, weil Forestation meinen Sportsgeist geweckt hat und der Einsatz gering ist.

Hier können auch Sie mitmachen!

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 14:50

Montag, 22. August 2005

"Evil Bastard": Bush als unfreiwilliger Werber

Die Neuseeländische Pizzakette "Hell" bezeichnet US-Präsident in Werbeplakaten als "Bastard", für den die Hölle zu gut sei.

Auf jeden Fall eines der wenigen Plakate, das innerhalb kürzester Zeit seine Runde um die Welt gemacht hat. Deshalb wohl ein höllisch gutes Plakat

Geschrieben von Thomas Riemer in Offlinewerbung um 19:27

Werbung in Internet-Foren

Eine Studie des Bochumer Instituts für angewandte Kommunikationsforschung (BIFAK) empfiehlt der werbetreibenden Wirtschaft gezielte Aktionen in Internet-Foren. Nach einer Erhebung des Instituts interessieren sich 67 Prozent der Befragten für spezifische Werbung in ihrem Forum. Die werbetreibende Industrie behandle die Foren bisher nur stiefmütterlich, erklärte Studienleiter Peter Kruck.

"Offensichtlich müssen die Unternehmen die außergewöhnlichen Qualitäten der Foren noch entdecken." Sie eröffneten nicht nur neue Vertriebswege sondern seien auch unbezahlbare Feedback-Kanäle.

Denn 78,8 Prozent der Befragten wünschten sich, dass Unternehmen die Foren nutzen, um sich über die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden zu informieren. Für die nicht repräsentative Studie wurden 740 Nutzer von rund 150 Internet-Foren befragt.

(APA)

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 19:10

Donnerstag, 18. August 2005

Kostenloses E-Book zum Thema Online-Marketing

Ein neues Grundlagenwerk für Online-Marketing bietet nach eigener Aussage die Web Lions Internet-Agentur jetzt kostenlos zum Download an. "Langfristiger Erfolg durch effizientes Marketing im Internet - neun einfache Regeln für die Online-Marketing-Strategie", so das Motto des E-Books.

Download hier.

Geschrieben von Thomas Riemer in Allgemeines um 19:48

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

Mittwoch, 17. August 2005

Was Sie schon immer über Online-PR wissen wollten ...

Auch wenn die Basics der Pressearbeit im Internet mittlerweile eigentlich bekannt sein sollten, landen noch immer viele Unternehmensmitteilungen ungelesen im virtuellen Papierkorb. Häufig ist der Inhalt selbst zwar durchaus interessant, doch die „Verpackung“ ist derart schlecht, dass diese Meldungen schon an der ersten „Qualitätshürde“ scheitern. Dabei könnte alles so einfach sein.

Wissenswertes dazu finden Sie auf www.ecin.de

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 12:34

Dienstag, 16. August 2005

CSS - Fundgrube

CSS ist nicht nur suchmaschinen- und damit auch marketing-freundlich. CSS sollte Standard für jede Homepagegestaltung sein. Was man damit machen kann, wird eindrucksvoll auf csszengarden.com gezeigt: Über 650 Webdesigner haben CSS - Vorlagen für die selbe Website geschaffen. Eine Fundgrube für Ihre Inspiration!

Geschrieben von Thomas Riemer in Webdesign um 21:25

RSS - Internetmarketing der Zukunft?

Immer noch zuwenig beachtet ist das Marketingpotential von RSS. Nico Zorn ist einer der Wenigen, die dieses Potential erkannt haben.

Folgenden Artikel von Nico Zorn fand ich bei Dr Web:

Kennen Sie schon RSS? Das Protokoll scheint die aktuellen Probleme im E-Mail Marketing elegant zu lösen: Keine False Positives, keine Spam- und Phishing-Probleme und einfache An- und Abmeldemöglichkeiten. Ist RSS die Zukunft des Permission Marketing?

RSS ist ein auf XML-basiertes Kommunikationsprotokoll und steht für 'Really Simple Syndication' oder 'Rich Site Summary'. Das Format wird überwiegend verwendet, um Nutzer über neue Inhalte auf Websites zu informieren und wird häufig im Zusammenhang mit Weblogs genannt, da Weblog-Systeme standardmäßig RSS-Feeds erzeugen können. Für den Empfang eines RSS-Feeds muss der Nutzer lediglich die Adresse der XML-Datei in sein Leseprogramm (Feedreader) kopieren. Das Programm informiert anschließend zeitnah über neue Inhalte und stellt die entsprechenden Schlagzeilen und Kurztexzte inklusive Links zu den Artikeln im Feedreader dar.

Das Verfahren scheint Spam- und Phishing-Attacken unmöglich zu machen: Die Software holt sich lediglich die Texte ab, die auf dem Server des Versenders zur Verfügung gestellt werden – aber nur so lange, wie der Nutzer diesen RSS-Feed auch lesen möchte, denn mit einem Mausklick kann das Abo wieder gekündigt werden. Im Gegensatz zu E-Mail hat der Nutzer also jederzeit die volle Kontrolle über die Nachrichten, die er erhält – Permission Marketing at its best?

Spätestens seit Microsofts Ankündigung, die nächste Version von Windows und den Internet Explorer 7.0 mit RSS-Funktionalitäten auszustatten, rückt das Protokoll zunehmend in das Blickfeld der „False Positive“-geplagten Online-Marketing-Branche: Das unabsichtliche Filtern von erwünschten Nachrichten (False Positive) findet im spamfreien RSS-Kanal nicht statt.

Wer jetzt allerdings überstürzt seinen E-Mail-Newsletter einstellt und ausschließlich auf RSS setzt, dürfte einen großen Teil seiner Leser verlieren, denn von der breiten Öffentlichkeit ist das Format noch längst nicht adaptiert: Während sich E-Mail als Massenkommunikationsmedium etabliert hat, können laut einer Mitte 2005 durchgeführten Untersuchung des PEW Internet & American Life Projects gerade einmal neun Prozent der Amerikaner etwas mit dem Begriff RSS anfangen. Wohlgemerkt: Gefragt wurde in der Studie lediglich nach dem Begriff, mit der Verbreitung von RSS-Readern dürfte es im Moment noch düsterer aussehen.

Fraglich ist auch, ob RSS langfristig tatsächlich von Spam verschont bleiben wird, denn sobald Inhalte wie Suchergebnisse, Weblog-Kommentare oder Forenbeiträge mittels RSS abonniert werden, kann Spam wieder zum Problem werden. So wird es wohl nur eine Frage der Zeit sein, bis Spam- und Werbeblocker auch in RSS-Readern zum Einsatz kommen.

Spannend ist sicherlich auch die Frage, wie viele RSS-Feeds ein durchschnittlicher Nutzer verarbeiten kann und möchte, zumal RSS-Feeds in der Regel mehrmals täglich aktualisiert werden. Die Gefahr, dass Nachrichten in der Informationsflut untergehen, scheint fast noch größer zu sein als im E-Mail Marketing, zumal die meisten RSS-Reader lediglich die Nachrichten der letzten Tage darstellen und ältere Beiträge nicht gespeichert werden.

Nichtsdestotrotz: RSS birgt zweifellos ein enormes Potenzial für das Online-Marketing und stellt eine interessante

Ergänzung zum E-Mail Marketing dar. Wie immer bei dem Einsatz von neuen Marketing-Instrumenten gilt es herauszufinden, wie das neue Instrument die bisherigen Maßnahmen unterstützen und ergänzen kann.

Eine Möglichkeit: Bieten Sie einen RSS-Feed für Ihren Newsletter an und informieren Sie die Leser auf diesem Weg über neue Newsletter-Ausgaben. Auf diesem Weg erreichen Sie auch die Nutzer, die ihre E-Mailadresse aus Angst vor Spam nicht angeben wollen. Veröffentlichen Sie ein Weblog? Dann können Sie die interessantesten Beiträge des Blogs als Newsletter verschicken und die Inhalte auf diesem Weg auch den Nutzern nahe bringen, die keinen RSS-Reader installiert haben.

Die Generierung von Kontaktdaten potenzieller Kunden sollte man dabei als zentrales Ziel der Online-Marketing Maßnahmen aber nie aus den Augen verlieren. Ein Datensatz mit Name, E-Mailadresse und gegebenenfalls weiteren Daten, wie Geschlecht oder Geburtsdatum, ist natürlich ungleich wertvoller als ein anonymer RSS-Abonnement und ermöglicht eine wesentlich direktere und individuellere Ansprache – unabhängig davon, ob der Interessent letztendlich mittels E-Mail oder via RSS angesprochen wird.

E-Mail oder RSS? Überlassen Sie die Entscheidung einfach Ihren Kunden – Permission Marketing at its best!

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 16:40

Sonntag, 14. August 2005

Kleine Geschenke erhalten die Kundschaft

An sich nichts Neues. Eine verstärkende Wirkung dieser Binsenweisheit entfalten Sie durch das richtige Geschenk zur richtigen Zeit.

Passende Geschenke müssen nicht teuer sein. Im Zeitalter der anonymen Internetgeschäfte ist ein wenig Aufmerksamkeit auch schon ein Geschenk.

Schenken Sie nicht an Geburtstagen! Das erledigt die Verwandtschaft besser als Sie, und Ihre Aufmerksamkeit geht einfach unter. Schenken Sie als Entschuldigung, zum Jahrestag des ersten Einkaufs, als ungeforderten "Mengenrabatt", etc.

Um auf "schenkenswerte" Situationen rasch reagieren zu können, sollten Sie sich eine Auswahl an Geschenken rechtzeitig überlegen und auch verfügbar haben. (Bitte keine 0815 Werbegeschenke, sondern originelle Präsente, die eventuell auch leicht personalisierbar sind)

Der Verlust einer Kundschaft kann für Sie bei weitem kostspieliger werden, als ein persönliches Geschenk!

Geschrieben von Thomas Riemer in Kundenbindung um 17:41

Donnerstag, 11. August 2005

Katalog für Marketingseiten

Auch die guten Marketingseiten werden immer mehr.

Um eine Übersicht behalten zu können, hab ich einen (suchmaschinenoptimierten) Webkatalog gebastelt, und hoffe auf viele Einträge von hoher Qualität

Zu finden ist der Katalog für Marketing hier!

Geschrieben von Thomas Riemer in Allgemeines um 19:50

Wünsche

Der Mensch ist nicht der,
der er ist, sondern der,
der er sein will.

Wer ihn bei seinen Wünschen packt,
der hat ihn.

Martin Walser

Geschrieben von Thomas Riemer in Zitate um 09:26

Samstag, 6. August 2005

Peinliche Werbung

Schon Ihre Katze für den Regenwald gefüttert?

Schon die Zähne für hungernde Kinder geputzt?

Gesundheitspillen für brasilianische Straßenkinder verdaut?

Kaufen Sie unser Produkt, weil wir sind sooo menschlich. Wenn Sie für unser Produkt doppelt so viel bezahlen, dann spenden wir ein Promille.....

Wenn ich spenden will, dann spende ich. Und zwar, wem ICH will. Leisten kann ich mir das nur, weil ich eben diese beworbenen Produkte NICHT kaufe.

Funktioniert Werbung, wo Kunden für blöd gehalten werden, tatsächlich immer noch?

Oder geht es hier gar nicht um funktionierende Werbung? geht es hier, ähnlich wie beim Sponsoring, nur um die Eitelkeit diverser Manager? Eitelkeit, die SIE bezahlen....

Geschrieben von Thomas Riemer in Schlechte Beispiele um 07:41

Freitag, 5. August 2005

Gender - Marketing

Gleichberechtigung hat in viele Lebensbereiche Einzug gehalten. Für Marketingexperten wäre das tödlich. Marketing lebt auch vom "kleinen Unterschied". Ob die Werbenden Schuld an der eher schleichenden Entwicklung der Gleichberechtigung trifft, sei dahingestellt. Tatsache ist: Frauen kaufen nach wie vor andere Produkte, als Männer. Das Beispielbild zeigt das selbe Produkt, für jedes Geschlecht anders verpackt.

Ist Ihnen schon aufgefallen:

Frauen fahren kleinere Autos als Männer.

Es gibt Damen - und Herrenfahräder.

Ein Mann würde nur in Ausnahmefällen eine Damenhandtasche tragen.

Sie sehen, daß bei der Produktwahl die Gleichberechtigung noch um Jahrhunderte zurück ist.

Viele Webseiten habn Buttons zur Sprachauswahl. Wäre es nicht auch vernünftig, eigene Webseiten für Frauen und Männer zu gestalten?

Geschrieben von Thomas Riemer in Psycho-logisches um 08:03

Mittwoch, 3. August 2005

Newsletter und Spam

Immer öfter kommt es vor, daß erwünschte Newsletter in Spamfiltern hängenbleiben. Bis zu 20% der Newsletter erreichen deshalb ihre Empfänger nicht. Um das zu verhindern, sollten Sie einige Regeln beachten:

Machen Sie Ihren Empfängern das Abmelden so einfach, wie möglich. So verhindern Sie, daß Ihr Newsletter als Spam gekennzeichnet wird.

Vermeiden Sie übertriebene Werbesprache, sparen Sie mit Ausufzeichen und übertriebener Großschreibung.

Verwenden Sie keine typischen Begriffe, die Sie aus Spammails kennen. (Viagra, hot, €, \$.....)

Links in Ihrem Newsletter sollten nicht auf IP-Adressen verweisen. Auch die Links sollten keine typischen Spambegriffe enthalten.

Kontrollieren Sie die Erreichbarkeit Ihrer Adressammlung. Viele unzustellbare Mails von einem Absender werden oft als Spam gewertet.

Bitten Sie Ihre Abonnenten, Ihre Absenderadresse in die Whitelist einzutragen.

Versenden Sie Ihren Newsletter portionsweise. Viele Emails in kurzem Zeitraum, vom selben Absender werden oftmals geblockt.

Verwenden Sie eine korrekte Absenderadresse.

Versenden Sie von einer eigenen IP.

Geschrieben von Thomas Riemer in Onlinewerbung um 16:00

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

Montag, 1. August 2005

Umfrage zum Viralen Marketing

Auch ich möchte die Bitte um Unterstützung für das Forschungsprojekt Virales Marketing weitertragen:

Tom Laband von der Uni Mannheim macht derzeit eine Umfrage im Netz, für seine Diplomarbeit zum Thema Virales Marketing. Es wäre nett, wenn möglichst viele Leute dabei mitmachen könnten. Den Fragebogen auszufüllen, dauert nicht lange - 10 Minuten maximal:

<http://www.meineumfrage.com/laband>

Ich bin schon neugierig auf das Ergebnis. Mir hat die Umfrage Unbehagen verursacht.....

Geschrieben von Thomas Riemer in Allgemeines um 10:45