

Webseiten Optimierung für kommerzielle Angebote

1

Ihre Website erscheint nicht in den Suchmaschinen

Ihre Website erscheint nicht in den Suchmaschinen und Suchkatalogen. Oder sie erscheint mit den entscheidenden Stichworten erst an der Position 1001. Woran könnte es liegen? Was können Sie ändern?

- **Keine Anmeldung**
Die Website wurde bei keiner Suchmaschine je angemeldet. -> Sofort anmelden.
- **Unkorrekte Anmeldung**
Oftmals gibt es bei der Anmeldung technische Probleme. -> Probieren Sie es zu einem späteren Zeitpunkt nochmals.
- **Suchmaschine verspätet**
Die Website wurde zwar angemeldet, aber die Suchmaschine hat ihren Index bis dato noch nicht aktualisiert. -> Zuwarten.
- **Schlechte Linkpopularität**
Keine Website hat einen Link auf Ihre Website. -> Mit geeigneten Websites Linktausch vereinbaren.
- **Unwissenheit**
Viele Internetauftritte wurden nie für die Suchmaschinen optimiert. -> Nehmen Sie Kontakt mit einem "Optimierer" auf oder arbeiten Sie sich selbst in das Thema ein.
- **Faule Tricks**
Der Webmaster arbeitete bewusst oder unbewusst mit unsauberen Tricks und wird deshalb von den Suchmaschinen nicht aufgenommen. (Z. B. Weiterleitungs-Seiten werden von einigen Suchmaschinen nicht akzeptiert). -> Es gibt oftmals keine zweite Chance.
- **Spamverdacht**
Die Website wurde bei den Suchmaschinen zu oft angemeldet und der Suchmaschinenbetreiber empfindet die wiederholten Anmeldungen als Spam. -> Nach der Anmeldung einfach zuwarten. Es dauert oft Monate bis der Eintrag erscheint.
- **Ungeeignet**
Die Website passt vom Inhalt, Sprache oder Qualität her nicht in das Angebot der Suchmaschine. -> Nur bei geeigneten Suchmaschinen anmelden.
In einem Suchkatalog arbeiten Redakteure und die haben entschieden, die Website wird aus irgendwelchen Gründen nicht aufgenommen. -> Da ist man machtlos.
- **Zuviel Gimmicks**
Die Website wurde mit Frames, Javascript, Flash, SSL, Passwortschutz und anderen Techniken für die Suchroboter praktisch unlesbar gemacht. -> Weniger ist oftmals mehr. Kein Inhalt evtl. besteht Ihre Website praktisch nur aus Bildern mit sehr wenig Text. -> Website mit relevanten Texten zum Thema ergänzen.
- **Webserver ausser Betrieb**
Die Website war für den Suchroboter zum Zeitpunkt der Anmeldung nicht erreichbar. (Ggf. Server nicht online, die Domain war nicht freigeschaltet oder die Website hatte technische Fehler.)
- **IP-Adresse gesperrt**
Oftmals müssen sich Webangebote bei einem Billig-Provider eine IP-Adresse teilen. Wird nun die IP-Adresse eines Angebotes wegen Spam von einer Suchmaschine gesperrt, sind mitunter die anderen Angebote auch gesperrt. -> Wechseln Sie den Provider oder verlangen Sie eine eigene IP-Adresse.

Schlussbemerkung

Ihre Position in den Suchmaschinen ist gut und dennoch stellt sich kein Erfolg ein?
Suchmaschinenmarketing ist nur eine Taktik von vielen zum Erfolg im Internet. Wo aber bleibt die Gesamtstrategie?

Webseiten Optimierung für kommerzielle Angebote

2

1. Was kann ich tun, damit meine Website möglichst weit oben in den Suchmaschinen gelistet wird?

Die wichtigsten Punkte hier in Kürze

- Ihre Website sollte Zielpublikum orientiert sein
- Die Inhalte sollen kurz, gegliedert und aktuell sein
- Wichtige Suchbegriffe sollten möglichst in Ihrer URL vorkommen
- Die Texte sollten auf den "Wortschatz" des Zielpublikums ausgerichtet sein
- MetaTags müssen korrekt ausgefüllt sein
- Es sollen möglichst viele qualitative (!) "thematisch Suchbegrifforientierte" Links auf Ihre Site verweisen
- Reine HTML Websites bieten die grössten Chancen von Suchmaschinen korrekt indexiert zu werden.

Suchmaschinen können bis zu 50 Kriterien bei der Bewertung einer Website haben. Deshalb ist es schwierig eine Website in allen Suchmaschinen gleich gut zu positionieren. Konzentrieren Sie sich auf die wichtigsten Suchmaschinen

2. Wie lange dauert es, bis die Website bei der Suchmaschine angemeldet ist?

Von 14 Tagen bis zu (leider) einem Jahr. Bei den meisten ist die Anmeldung nach zirka 3 Monaten erfolgt. Was sicher länger dauert sind Anmeldungen bei Webverzeichnissen wie Yahoo und Google. Dort werden die Sites von Redaktoren bewertet, was viel Zeit beansprucht.

3. Gibt es Tricks mit denen die Position in Suchmaschinen gefördert werden können?

Das oberste Ziel von Suchmaschinen Optimierung ist: Wer sucht, soll auch finden. Es kann schon mal sein, dass ein Angebot nicht gefunden wird, weil die Website technisch für Suchmaschinen "unbrauchbar" ist. In diesem Fall gibt es gewisse Massnahmen, die angewendet werden können, um eine bessere Platzierung zu erzielen. Es empfiehlt sich jedoch, beim nächsten Refresh, den "technischen Mangel" zu ändern und voll auf den richtigen Inhalt und Kundennutzen zu setzen. Suchmaschinen sollten aber auf keinen Fall dazu benutzt werden, möglichst viele Surfer mit Suchbegriffen, die mit dem Angebot nicht zu tun haben, auf die eigene Website zu holen. Wenn der Kunde mit seinem Bedürfnis zum richtigen und gesuchten Angebot geführt wird, haben letztendlich alle etwas davon - dass ist der Sinn von Suchmaschinen.

Wichtige Suchmaschinen

95 % der Surfer in der Schweiz benutzen folgende Suchmaschinen:

- google
- search
- AOL
- all the web
- MSN
- Web
- Lycos
- fireball
- altavista

Webseiten Optimierung für kommerzielle Angebote

3

Das Task-Force-Konzept

Wenige werden Ihre Website finden, wenn Sie Ihren Internetauftritt nicht aktiv bewerben. Das Task-Force-Konzept (TFK) der Website Promotion basiert auf drei wesentlichen Faktoren:
Auf Offline-Marketing (darunter fallen alle verkaufsfördernden Massnahmen ausserhalb des Internets)
Auf Online-Marketing (darunter fallen alle verkaufsfördernden Massnahmen innerhalb des Internets)
Website-Optimierung
Innerhalb dieser drei Faktoren spielen sich alle Aktivitäten ab.

Offline-Marketing

Nutzen Sie zuerst alle Möglichkeiten, die sich im alltäglichen Leben zwangsläufig bieten. Ihre Internetadresse (URL) muss auf allen schriftlichen Unterlagen vorhanden sein. Also auf allen primären Dingen wie Visitenkarten, Briefbögen, Fax-Papier und Stempel, Pressemappen, etc. Langfristig auch auf jeden Notizblock, Quittungen, Handbücher, Prospekte, Formulare, Kalender, Packungsbeilagen, Selbstkleber, CD-ROMs, Disketten, Produktbeschreibungen, Werbegeschenke, etc. Suchen Sie Personal via Stellenanzeigen in der Tagespresse? Selbstverständlich gehört auch hier Ihre URL hin. Engagierte Mitarbeiter wollen selbstverständlich wissen, wo sie sich allenfalls bewerben werden.

Hat Ihr Betrieb ein Camion oder Kleintransporter? Diese Fahrzeuge gondeln durch die Gegend und eignen sich ausgezeichnet als Werbeträger. Nicht umsonst werden Züge und Postautos heut zutage für teures Geld als Werbeträger vermietet.

Kommunizieren Sie Ihre URL auch im Schaufenster, am Tag der offenen Türe, Ausstellungen, etc. Sollten Sie auch ein Budget für Plakat, Radio- und TV-Werbung haben, denken Sie daran, auch hier Ihre URL zu nennen.

Schreiben Sie Ihre Kunden und potentielle Kunden an und berichten Sie über Ihre neue Website. Streichen Sie in diesem Schreiben den speziellen Nutzen hervor.

Online Marketing

Nutzen Sie die kostenlosen sowohl als auch kostenpflichtigen Werbemassnahmen innerhalb des Internets. Dazu gehört vor allem die Anmeldung Ihrer URL in allen massgebenden Suchmaschinen, Suchkatalogen, Portalen und Branchenverzeichnissen.

Ggf. nutzen Sie auch die weitere Möglichkeiten wie z.B. Mail-Marketing, Teilnahme an Partnerprogrammen, Schaltung von Werbe-Bannern, Sponsoren Sie eine Website, etc.

Webseiten Optimierung für kommerzielle Angebote

4

Website-Optimierung

Offline- und Online-Marketing nützen allerdings wenig, wenn Sie vorher Ihre Website nicht optimiert haben. Sind die Surfer voller Interesse irgendwie auf Ihre Website gestossen, dann sollten Sie deren Bedürfnisse auch befriedigen oder noch besser, die Besucher begeistern können.

Langweilen Sie Ihre Surfer nicht mit dem üblichen Marketinggesülze. Niemand besucht Websites, um platte Werbung zu konsumieren. Zur Erinnerung – Surfer erwarten von Ihrem Internetauftritt:

Ein optisch ansprechender Auftritt.

Eine technisch einwandfreie Website.

Eine übersichtliche Navigation sowie eine benutzerfreundliche Bedienung.

und vor allem eine Website mit Kundennutzen, sprich aktuellen, interessanten und umfangreichen Informationen.

Fragen Sie Ihre besten Kunden, was sie auf Ihrer Website erwarten. Schaffen Sie Mehrwerte für Ihre Kunden wie zum Beispiel einen speziellen Kundenbereich mit nützlichen Datenbanken und praktischen weiteren Dienstleistungen.

Zu guter letzt müssen alle Informationen noch suchmaschinenaffin verpackt werden.

Fazit

Planen Sie Ihren Internetauftritt minutiös. Berücksichtigen Sie die o.e. drei Faktoren und Ihre Website wird Ihnen zwangsläufig langfristig Erfolge bescherehen.

Webseiten Optimierung für kommerzielle Angebote

5

Checkliste

Mögliche Ziele einer Website

- Zur Verfügungstellen von Informationen
- Die Informationen sind 24 Stunden am Tag abrufbar.
- Informationen über Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsberichte, etc.
- FAQ: Beantwortung häufiger Kundenfragen.
- Presse: Pressemitteilungen und andere Informationen bereitstellen.

Einsparung von Kosten

- Jede Informationen die ein Partner direkt ab Ihrer Website oder via Autoresponder abrufen entlastet Ihren Innen- und Aussendienst.
- Veröffentlichen Sie Ihre Stellengesuche. Ggf. sparen Sie sich die teuren Inserate- resp. Personalberaterkosten.

Kundenbindung

- Binden Sie Ihre Kunden durch nützliche Dienstleistungen rund um Ihre Website.
- Bieten Sie einen nützlichen Newsletter an.
- Richten Sie ein Forum rund um Fragen um Ihre Produkte und Dienstleistungen an.
- Richten Sie einen Servicebereich ein, wo sich der Kunde selber bedienen kann: Bedienungsanleitungen, aktuelle Treiber, Tipps & Tricks.
- Anbieten einer Gebrauchtwarenbörse.

Neukundengewinnung

- Machen Sie auf sich aufmerksam und überzeugen Sie durch Qualität.
- Besetzen Sie ggf. eine Nische.
- Ggf. direkter Verkauf der Waren per E-Commerce-Software.
- Website als Mittel zur Unterstützung der klassischen Werbung oder Verkaufspromotionen.

Zusatznutzen

- Die Website soll zur Marktforschung benutzt werden.

Ideen für interessante Webseiten

- Vermitteln Sie echtes Insiderwissen.
- Aktuelles, echte News zum Thema der Website.
- Firmennews (Personelle Veränderungen, Umweltschutzmassnahmen, Umzug, Namensänderungen, Geschäftsergebnis, neuer prominenter Kunde, offene Stellen, Kooperationen).
- Aktuelle Termine zu Ausstellungen, Tag der offenen Türe, etc.
- Aktuelle Termine von TV-Sendungen zum Thema der Website.
- Stellungnahmen zu aktuellen Entwicklungen.
- Nützliche Downloads.
- Chat zum Thema der Website.
- Diskussionsforen zum Thema der Website.
- Kostenlose Kleinanzeigen.
- Tipps & Tricks von Experten.
- Glossar über Fachbegriffe.
- Geschichte über die Produkte und die Branche.
- Interessante Linkliste mit Linkbeschreibung zum Thema der Website.
- Interessante Berechnungen, Rezepte, Bauanleitungen, etc.
- Online-Beratung via Chatfenster anbieten.
- Interessante Umfragen durchführen.
- Wettbewerbe, Gewinnspiele anbieten.
- Auktionen, Sonderverkäufe, Schnäppchen.
- Gebrauchtwaren Börse.
- Live Web-Kamera.
- Spiele.
- Aktuelle Stellenangebote.
- Stellen Sie ein Archiv zur Verfügung.
- FAQ („Wie Sie Fragen/Probleme mit unseren Produkten / Dienstleistungen schnell lösen können“).
- Möglichkeit kostenlos SMS zu verschicken.
- Einbau eines Routenplaners, der den Weg vom Kunden zu Ihnen in Text und Bild ausdrückt.

Webseiten Optimierung für kommerzielle Angebote

7

Web-Statistik

Mit einer guten Statistik-Software können Sie die Log-Files Ihrer Website auswerten. Aufgrund dieser Informationen erfahren Sie die Stärken und Schwächen Ihrer Website. Folgende Fragen können je nach Software beantwortet werden:

- Wie viele Besuche/Besucher hatten wir im letzten Monat auf der eigenen Website?
- Wie viele Besucher hatten wir durchschnittlich pro Tag auf der eigenen Website?
- Wie lange sind die Besucher im Durchschnitt auf unserer Website geblieben?
- An welchen Wochentagen hatten wir die meisten Besucher auf der Website?
- Zu welchen Tageszeiten hatten wir die meisten Besucher auf der Website?
- Welche Seiten werden von den Besuchern bevorzugt, welche Seiten werden gemieden?
- Wie viele Seiten sieht sich ein durchschnittlicher Besucher an?
- Mit welchen Browsern wird die Website besucht?
- Wie viele Dateien wurden pro Monat heruntergeladen?
- Wie oft wurde eine bestimmte Datei heruntergeladen?
- Wie heissen die beliebtesten Dokumente?
- Wie heissen die beliebtesten Verzeichnisse?
- Wie oft wurde nur eine Seite angesehen?
- Wie viele Zugriffe hatten wir auf den Passwortbereich?
- Mit welchen Bildschirmauflösungen arbeiten die Besucher?
- Mit welchen Betriebssystemen arbeiten die Besucher?
- Welches sind die häufigsten Einstiegsseiten?
- Welches sind die häufigsten Ausstiegsseiten?
- Welcher Link auf anderen Websites hat uns wie viele Besucher gebracht?
- Aus welchen Ländern kommen unsere Besucher?
- Welche Suchmaschinen haben mir wie viele Besucher gebracht?
- Durch welche Schlagworte in der Suchmaschine haben die Besucher meine Website gefunden?
- Wie viele und welche Suchmaschinen haben unsere Website gescannt?
- Welche nicht mehr vorhandenen Seiten wollten aufgerufen werden?
- Wer hat auf eine der nicht mehr vorhandenen Seiten einen Link gesetzt?
- Welche Fehlermeldungen protokollierte unser Server?
- Wie lautet die durchschnittliche Reaktionsverzögerung?
- Wie viele Sicherheitsverletzungen registrierte unser Server?