

ONLINE MARKETING

Vom Online-Besucher zum Offline-Kunden



Ein Vortrag von Gerald G. Walter – Die Gute Webseite

Kontakt: office@gute-webseite.at - www.gute-webseite.at

 **WWW.GUTE-WEBSEITE.AT**



1. Zielgruppe



4 Fragen, die wir uns stellen müssen:

- ▶ Wonach suchen die Menschen online?
- ▶ Wen wollen wir ansprechen?
- ▶ Wie und warum werden wir gefunden?
- ▶ Was auf unserer Webseite bewegt Menschen dazu uns zu kontaktieren?



1. Zielgruppe



- ▶ **Gesucht wird nach fast allem – von Abflussrohr bis Zange**
 - Insbesondere bei größeren Investitionen nehmen sich Menschen Zeit für die Online-Recherche. Hoher Informationsgehalt von Vorteil!

- ▶ **Nicht jeder der mein Produkt sucht ist potentieller Kunde**
 - Im klassischen Einzelhandel halten sich jene, die sich online informieren und offline kaufen die Waage mit jenen, die sich offline informieren und online kaufen. Gerade im Dienstleistungsbereich ist ersichtliche Kompetenz und gute Reputation von hoher Relevanz.



1. Zielgruppe



► Organische Suchergebnisse vs. bezahlte Werbung

- Organisch bedeutet in der Suchmaschine höher gerankt zu werden, weil die Inhalte für den Suchalgorithmus relevant erscheinen. Bezahlte Werbung sind Schaltungen die meist nach Klicks verrechnet werden und in Zielgruppenrelevanten Seiten platziert werden.

► Nur relevante Inhalte führen zu Interaktion

- Die beste Werbung für eine Webseite – egal wo – führt nur dann zum Ziel, wenn die Webseite die Erwartungen erfüllt. Ein Klick auf eine Werbung ist nicht mehr Wert als ein Klick auf ein normales Suchergebnis, nur weil man dafür bezahlt.



2. Suchmaschinenoptimierung



► **SEO – Was bedeutet Optimierung für Suchmaschinen?**

- Search Engine Optimisation setzt sich aus mehreren Maßnahmen zusammen. Im Optimalfall müssen unsere Inhalte lediglich korrekt den Suchrobotern dargeboten werden.
- Suchmaschinen versuchen das Surfverhalten von Menschen abzubilden. Wenn eine Seite kaum Inhalte hat oder diese nicht korrekt in den entsprechenden Index-Variablen angegeben werden, kann die Suchmaschine nur sehr wenig damit anfangen.
- Faustregel: Wenn ein Mensch nicht viel aus unserer Seite herauslesen kann bzw. die Inhalte für sie oder ihn schlichtweg uninteressant sind, wird auch die Suchmaschine keine Bedeutung daraus lesen, die zu einem höheren Ranking führt.
- Suchmaschinenoptimierung benötigt Zeit und gelegentlich neue Inhalte – gute Artikel können sofort ranken, ein dauerhaft gutes Ergebnis ist nach ca. 3 Monaten erreicht.



2. Suchmaschinenoptimierung



4 Basiselement für gute Webseiten

► Inhalt – Content

- Weniger ist nicht mehr! Je mehr Inhalt desto besser. Je aktueller der Inhalt, desto häufiger wird die Seite von den Bots der Suchmaschinen besucht. Inhalte können Fotos, Texte und Videos sein.

► Metatags

- Das sind Elemente der Webseite, die für das Suchergebnis relevant sind. Folgende sind Pflicht:
 - Titel – 35 bis 65 Zeichen
 - Beschreibung – Über 120 und unter 156 Zeichen



2. Suchmaschinenoptimierung



Richtig:

Installateur Siegl in Oberösterreich

<https://www.j-siegl.at/>

Installateur Siegl in Oberösterreich ist Ihr kompetenter Partner in Sachen Erdwärme und Biomasse. Sie finden uns in Tragwein und in Gutau.

der österreichische Installateur: derinstallateur.at

www.derinstallateur.at/

Oberösterreich stellt heuer den Gewinner des Bundeslehrlingswettbewerbs der Installations- und Gebäudetechniker: Florian Kaiser vom Lehrbetrieb.

Die Metatags haben die richtige Länge, der potentielle Kunde erfährt auf einen Blick, was ihn auf der Seite erwartet.

Falsch:



Sanitärinstallation Oberösterreich **Installateur ...**

www.aichinger-haustechnik.at/.../sanitaer_Installation_Installateur_Obero...

Sanitärinstallation, Installateur Oberösterreich, Kopting, Installateur Solar ... Was wir Ihnen als Sanitär-Installateur bieten egal ob in Ried im Innkreis, Schärding, ..

Installateur Pointner, Gas, Wasser, Heizung **Installateur ...**

www.pointner-installateur.at/

Installateur Pointner der Spezialist für Installationen für Heizungen, Gas, Wasser, Wärmepumpen, Biomasse, Pellets, Solaranlagen in OÖ., Innviertel, Traunau, ...

Titel bzw. Beschreibung zu lange. Die drei Punkte zeigen an, dass noch mehr vorhanden ist.



2. Suchmaschinenoptimierung



▶ **Struktur & interne Verlinkung**

- Schlüssige interne Struktur, die den potentielle Kunden aber auch den Bots Links zu weiterführender Informationen an der richtigen Stelle bietet. Bilder müssen mit Alt-Tags versehen sein. Alt-Tags beschreiben das Bild und sind auch ein Element der Barrierefreiheit. Bots „sehen“ sich Bilder nicht an, sie lesen was auf ihnen zu sehen ist. Texte sollten eine gut lesbare Struktur (Überschriften, Absätze, usw.)

▶ **Backlinks**

- Wer verlinkt auf unsere Webseite? Thematisch verbundene Seiten, die auf die eigene Seite linken, heben deren Bedeutung im Netz. Gut geeignet und rasch zu realisieren sind für gewöhnlich Links von Partnern wie z.B. Lieferanten.

▶ **KLASSISCHE AUFLISTUNG VON KEYWORDS IST BEDEUTUNGSLOS!**



2. Suchmaschinenoptimierung



Häufige Fehler

▶ **Doppelter Content**

- Inhalte müssen einzigartig sein um als relevant erachtet zu werden. Dies gilt auch für Bilder. Häufig sind von Lieferanten zur Verfügung gestellte Bilder und Texte bereits hundertfach im Netz vorhanden. Dadurch wird die eigene Relevanz geschmälert. Besser noch Stockphotos (z.B. Fotolia, Pixabay), wobei auch hier die Gefahr der zu häufigen Nutzung besteht.

▶ **Webseite ≠ Katalog**

- Eine Webseite ist ein gänzlich anderes Medium, dass durch Kataloginhalte erweitert werden kann, aber nicht die Abbildung des Kataloges sein soll. Achtung! PDF Kataloge werden im Normalfall indexiert – wenn Inhalt ident mit dem der Webseite ist, sinkt die Relevanz.

▶ **Der Mythos von „Weniger ist Mehr“**

- Dies gilt nicht für Webseiten! Die Idee: „Wenn er mehr wissen will, soll er fragen“, führt häufig dazu, dass er jemand anderes fragt.



2. Suchmaschinenoptimierung



Corporate Blogging

▶ Der Blog als Inhaltsbringer

- Ob nun Blog oder News genannt – auch wenn sich manche Agenturen die Haare raufen dabei – es geht darum regelmäßig neue Inhalte **auf der Domain** der Firma zu posten. Ein Newsbereich auf einer Subdomain bringt der Hauptseite nichts!

▶ Was kann gepostet werden?

- Am einfachsten sind Galerien von Projekten, die auch als Referenzen angesehen werden. Auch Firmenfeiern sind durchaus möglich – das zeigt Teamgeist und gute Zusammenarbeit. Vorsicht! Wenn die letzte Firmenfeier vor 4 Jahren war und noch immer als aktuell zu lesen ist, wirkt das nicht gut!

▶ Wie oft soll man etwas posten?

- Wer mit Newsbereichen oder Newslettern arbeiten will, sollte 1 mal pro Woche posten. Gepostete Artikel lassen sich auch als Newsletter versenden.



3. Suchmaschinenmarketing



► SEM – Werben in den Suchmaschinen

- Search Engine Marketing ist die klassische Werbeschaltung in einer Suchmaschine.
- Wesentlich ist dabei, die Werbung bei den richtigen Suchbegriffen zu schalten.
- Wenn der Klick auf die Werbung zu einer inhaltslosen Seite führt, ist die Werbung wertlos.
- SEM erfordert eine kontinuierliche Analyse des Klickverhaltens und eine damit einhergehende Optimierung der Suchbegriffe.
- Bei guten Webseiten oder herausragenden Sonderangeboten ist der Erfolg sehr rasch spürbar.
- Wenn ein Geschäftserfolg von der Suche im Internet abhängig ist, muss auch SEM betrieben werden, da die Menschen häufig nicht unterscheiden zwischen organischen und bezahlten Ergebnissen.



4. Social Media – Facebook & Co.



Werben im sozialen Netzwerk = aktiv daran teilnehmen

▶ Welche Netzwerke sind relevant?

- Je nach Zielgruppe – für die meisten ist Facebook die richtige Wahl
- Google+ Registrierung kann trotzdem von Vorteil sein, für die Lokalisierung
- Instagram & Co. sind eher von sehr jungen Nutzern frequentiert
- Twitter wird zu wenig genutzt in Österreich

Die Leute aus dem Netzwerk abholen, nicht hinschicken!



4. Social Media – Facebook & Co.



Der richtige Weg

▶ Inhalte auf der Webseite veröffentlichen

- Artikel und Galerien immer auf der eigenen Webseite posten. Dadurch gehen die Rechte an Bildern und Texten nicht verloren und der Content steigert den Wert der eigenen Seite

▶ OG Tags verwenden

- Open Graph Tags geben z.B. Facebook darüber Auskunft, welches Bild als Vorschaubild gezeigt wird, wie der Titel des Artikels ist und welcher Anreissertext verwendet werden soll (siehe Metagtags, Anwendung sehr ähnlich!). Ohne OG Tags, wird immer das erste Bild und die ersten Worte des Artikels genutzt.

▶ Im sozialen Netzwerk teilen

- Sobald der Artikel oder die Galerie veröffentlicht ist, die URL (Adresse des Artikels) bei Facebook unter „posten“ eingeben. Die Getagten Inhalte werden dann automatisch geladen.



4. Social Media – Facebook & Co.



Aktiv im sozialen Netzwerk – Person & Firma

- ▶ **Nicht mit dem privaten Profil für die Firma werben – legen Sie eine Seite an**
 - Privat und Geschäft müssen im sozialen Netzwerk getrennt werden. Facebook behält sich vor, Firmenseiten, die als private Profile angelegt sind zu sperren.
- ▶ **Legen Sie unbedingt ein privates Profil an und nicht lediglich eine Firmenseite**
 - Es klingt hart, aber die Menschen auf Facebook interessieren sich nur sekundär für Firmen. Ein privates Profil, zu dem ich meine Kontakte hinzufüge (z.B. nach einer Tagung), wirkt authentischer. Dort haben Werbungen für die Firma aber nur als geteilte Inhalte der Firmenfacebookseite etwas verloren und sollten nicht der Hauptinhalt sein. Vorsicht beim Kommentieren & Posten!!!
- ▶ **Einladen, die Firmenseite zu „likern“**
 - Freunde werden über das private Profil eingeladen, die Firmenwebseite mit „like“ zu markieren.



5. Tablet & Smartphone



2016 gilt: Keine Webseite sollte auf einem Smartphone oder Tablet ein Scrollen zur Seite erfordern.

▶ **Entspricht nicht der Barrierefreiheit**

■ Seit 1.1.2016 müssen Firmenwebseiten Barrierefrei sein. Schriftgröße und Layout sollen daher für die mobile Nutzung optimiert sein und sich automatisch anpassen.

▶ **Nutzung von Smartphones und Tablets bei über 20% und steigend**

■ Gerade zu Hause wird vermehrt bequem auf dem Sofa gesurft. Webseiten, die kein adaptives (od. responsive) Layout haben, werden häufig als unangenehm wahrgenommen.

▶ **Der soziale Effekt**

■ Gerade auf Tagungen, Messen aber auch im Wirtshaus wird häufig auf dem Smartphone kurz eine Webseite begutachtet und darüber gesprochen.

Vielen Dank!

Ein Vortrag von Gerald G. Walter – Die Gute Webseite
A-4631 Krenglbach
Bahnhofplatz 5
Tel.: +43 676 7708 387

Kontakt: office@gute-webseite.at - www.gute-webseite.at