Erfolgreicher Auftritt im www

So erhöhen Sie die Zugriffe auf Ihre Website

Wer bin ich und was mache ich hier?

Persönliches:

- Florian Gollob
- In Partnerschaft lebend
- 2 Kinder

Ausbildungen:

- Ausbildung Informatik-Kaufmann
- Webdesign und Programmierung seit 1995
- 3-Semestriges Grafik-Design-Kolleg
- Umsetzung von Mobile-Marketing Projekten
- Konzept, Design und Umsetzung von Webseiten

Arbeit muss sein - mein derzeitiger Arbeitsplatz:

- Peter Rauter GmbH

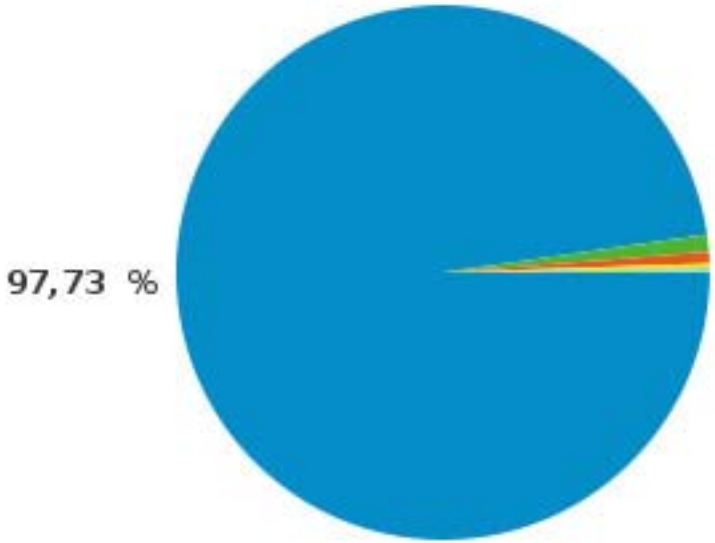
© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Suchmaschinen in Rekordzahlen

Daten weltweit vom September 2009:

Google 12,8 Milliarden Suchanfragen
Yahoo 2,7 Milliarden
Microsoft 1,4 Milliarden (Bing holt auf?: http://www.gollob.at/surftipps/bing-heute-und-damals/)

1.	google	3.959	97,73 %
2.	search	42	1,04 %
3.	yahoo	28	0,69 %
4.	aol	12	0,30 %
5.	bing	6	0,15 %
6.	ask	1	0,02 %
7.	lycos	1	0,02 %
8.	seznam	1	0,02 %
9.	yandex	1	0,02 %

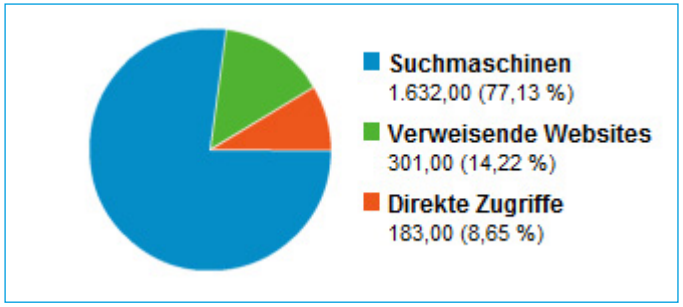


Quelle: http://futurezone.orf.at/stories/1629426/
Grafik: Google Analytics von www.gollob.at - Google ist im deutschsprachigen Raum Platzhirsch.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Die meisten Zugriffe erhält eine Seite über Suchmaschinen:

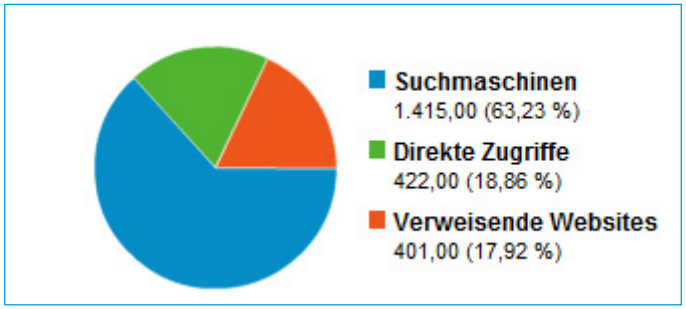
- zwischen 60% - 70% der Besucher kommen über Suchmaschinen
- beim Start einer Webseite ist dieser Anteil noch viel höher, da die Seite sonst noch keine eingehenden Links etc. hat.



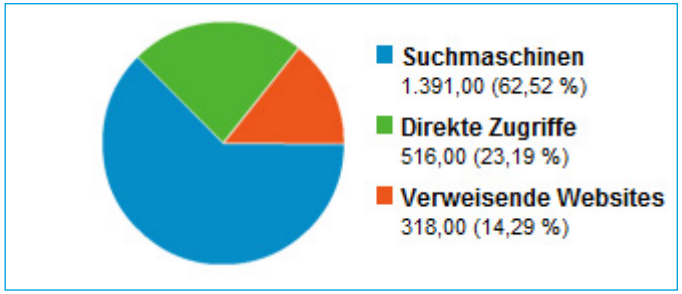
Blog - Gollob.at

Fazit:

- Deshalb ist es wichtig, so gut wie möglich dort gefunden zu werden!



B2B Webseite



Konsumentenwebseite

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Block 1: Das Fundament muss stimmen.

Wenn man das Ziel nicht kennt, ist kein Weg der richtige.(Koran)

Was wünschen Sie sich von Ihren Besuchern? Oder besser: Was sind die Ziele Ihrer Webseite?

Natürlich gibt es unterschiedlichste Webseiten. Von der Contentseite bis zur Brandingseite hin zur Firmenpräsentation mit Kontaktformular.

Ziele im Internet:

- Für Content-Seiten - erreichen einer bestimmten Besucherzahl / Seiten Pro Zugriff
- Der Klassiker - Anfragen über das Internet (Kontaktformular)
- Old but good: online Katalogbestellung
- Newsletteranmeldung/RSS-Feedanmeldung (Feedburner)
- Verkauf im Online-Shop
- Nutzung eines bestimmten Teils der Seite
    - Online-Spiel, Konfigurator, Quiz etc...

Das Konzept entscheidet!

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Ein Blick zu Google:

„Das Ziel von Google besteht darin, die auf der Welt vorhandenen Informationen zu organisieren und allgemein zugänglich und nutzbar zu machen." Auszug aus dem Unternehmensprofil von google.at

Gründer: Sergey Brin

Fakten:

- Start 1998
- wertvollste Marke der Welt
- 2x hintereinander vom Forbes Magazin zum Arbeitgeber Nr. 1 gewählt
- 140 neue Mitarbeiter pro Woche

Gründer: Larry Page

Mitarbeiter:

Innovation als unser Unternehmensziel kann nur erreicht werden, wenn alle Mitarbeiter selbstbewusst eigene Ideen und Meinungen vorbringen. Jeder Mitarbeiter ist eine wertvolle Ressource für das Unternehmen und bekleidet verschiedene Rollen.

- Laptop & Fahrrad
- umfangreiches Freizeitangebot
- kostenlose Getränke & Essen
- TGIF-Day (Thank Good its Friday)

Quelle: Fotos von Google.at

Resultat: 100.000 Bewerbungen pro Jahr und die besten Mitarbeiter der Branche.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Googleware - die eingesetzte Technik:

- Pro Sekunde bedient Google 14.000 Suchabfragen
- Je Suchabfrage sind 300 - 700 Server beschäftigt um Ergebnisse auf die SERPS zu bringen (Search Engine Result Pages)
- Suchabfragen dauern unter 0,5 Sekunden und liefern aus 1 Billion Seiten das gewünschte Ergebnis
- Server können nahtlos an und abgeschaltet werden ohne Datenverlust
- Experten behaupten, dass es Google mit der eingesetzten „Googleware“ möglich ist, innerhalb von wenigen Wochen ein neues Datencenter aufzubauen

weiterführender Link:

Rundgang durch ein Google-Datencenter:

http://tinyurl.com/cdtjma

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Warum suchen wir mit Google?

- Weil Google die besten Resultate liefert!

Warum ist Google so gut:

- Es war die erste Suchmaschine die eingehende Linkstrukturen analysierte und ins Ranking hineinnahm.

Daraus entstand der Google Page Rank™:

Ist eine Skala von 1 bis 10 und gibt die Relevanz einer Webseite im Internet an. Die Relevanz ergibt sich aus den eingehenden Links auf eine Webseite und deren Wertigkeit. Der Google Page Rank™ ist eines von vermutlich 150 Kriterien das Google für das Platzieren einer Webseite in der Suchmaschinen verwendet.
Ein Kriterium von 150 - aber ein nach wie vor wichtiges!

Google sieht jeden Link, der von einer Webseite auf eine andere zeigt, als Empfehlung. Ähnlich eines Referenz- oder Quelleneintrages in einer Doktorarbeit.

Verweisen bspw. viele Menschen in einer Arbeit auf die Relativitätstheorie von Einstein ist diese wichtiger für die Menschheit als eine Arbeit die keine Referenzen erhält.

Den Namen hat die Skala von Erfinder Lary Page.
So musste es auch beim Patentamt argumentiert werden - sagt man...

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Die Wahl des Domainnamens

- Die Wahl der Top-Level-Domain
  - Google bietet für jedes Land eine eigene Webseite. Google.at, Google.de, Google.com,....
    - Das Ranking ist auf diesen Landesseiten jeweils unterschiedlich gut oder schlecht.
  - Bevorzugt behandelt werden die Landesdomains. Bspw. bei Google.at -> .at-Endungen
- Domains brauchen für ein gutes Ranking Zeit (Sandbox-Effekt von ca. einem halben Jahr)
- Domainnamen sollten entweder kurz oder leicht zu merken sein.
- Vertipper-Domains beachten
- idealerweise befindet sich ein Keyword im Text.
- das gilt auch für URLs.
  http://www.domain.at/index.php?option=com_content&search=A
  http://www.domain.at/keyword-1/keyword-thema.html

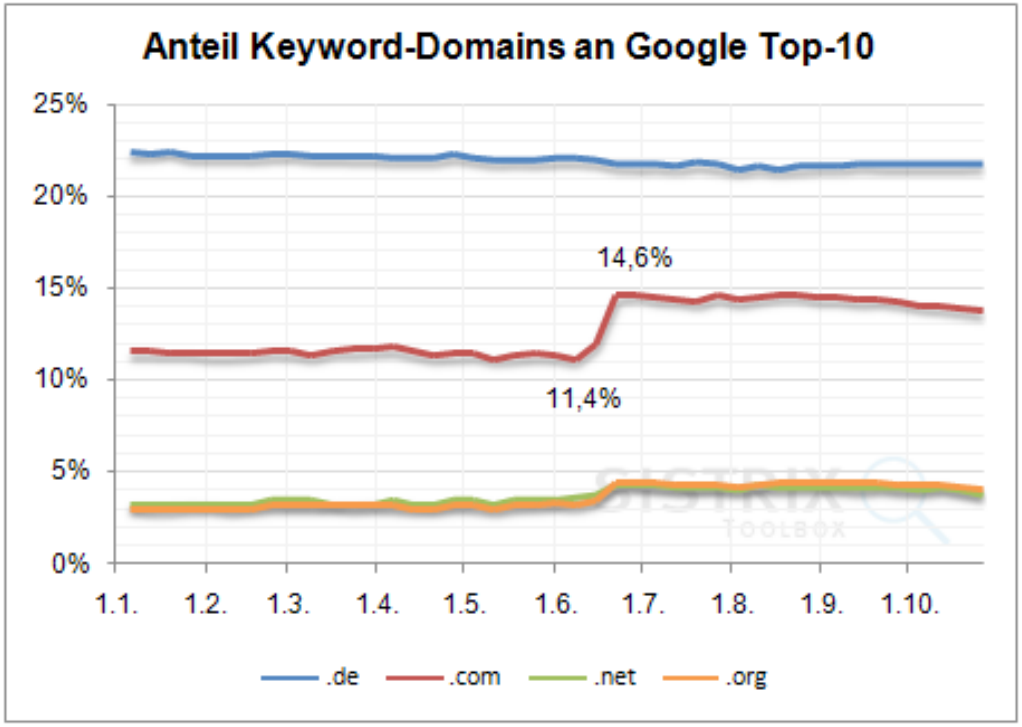
© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

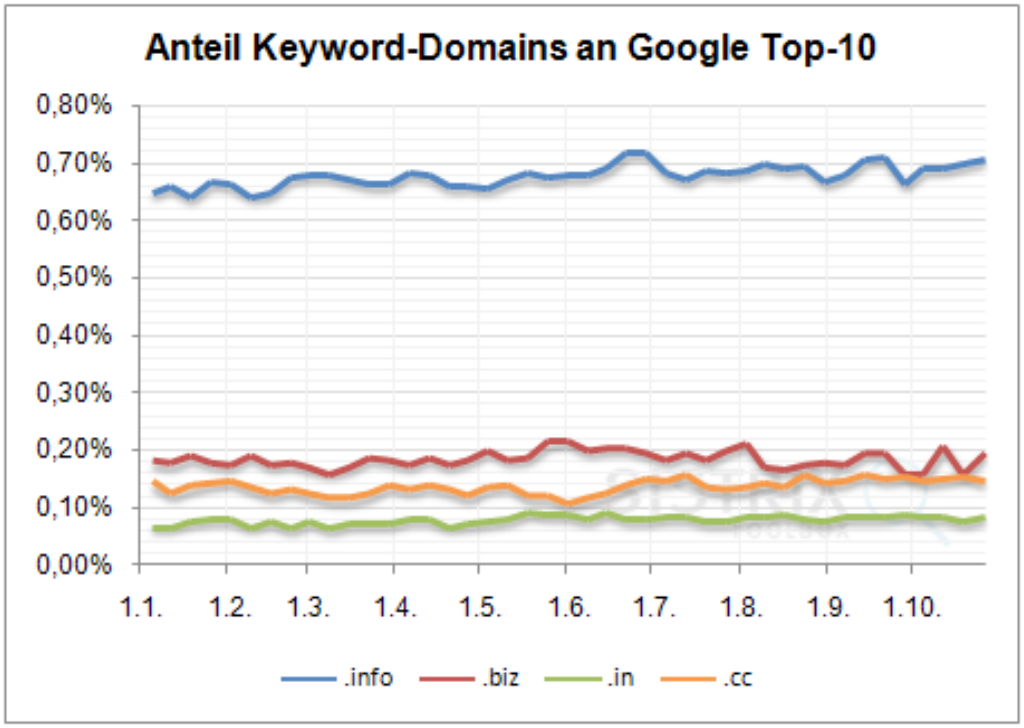
Keyword-Domains:

.de .at .cc .info .com .ch

- Sind Domainnamen die bereits Keywörter enthalten.
  Bspw. www.**Telefonanlagen**-**lieferant**.com oder www.**twilight**-fieber.com

- Keyword Domains kann man sich leichter merken als bspw. www.gollob.at (Vertippungsgefahr)





Vorsicht bei exotischen Endungen.

Quelle: http://www.sistrix.de/news/904-werden-keyword-domains-von-google-bevorzugt.html

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

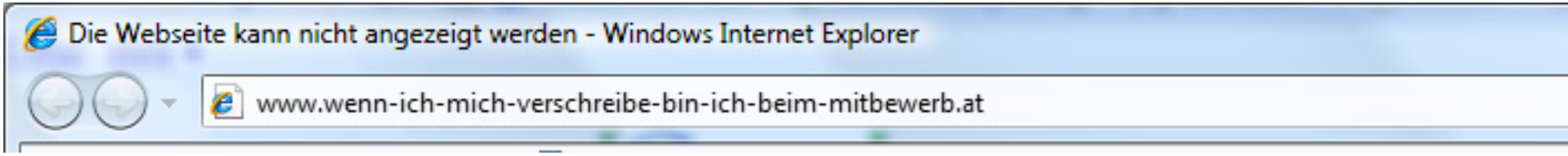
Vorsicht vor Vertipper-Domains:

Beispiele:

- www.ebay.at und http://www.ebya.de/
- www.telefonanlagen.at und http://www.telefonanalgen.at/

- Domainnamen kosten nicht viel.

Mein Tipp! Auch Varianten reservieren und mit 301er-Weiterleitung richtig stellen.



© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Das Finden der richtigen Keywörter!

- Welche Keywörter sind für mein Unternehmen relevant und welche nicht?

Erster Schritt:
- Meine Empfehlung: Keyword-Recherche im eigenen Unternehmen.
  In den meisten Fällen weiß die Person am meisten, die das Telefon im Unternehmen als erstes abnimmt.

Zweiter Schritt:
- Geheimwaffe: Google Keyword-Tool - Überprüfung der eigens gefundenen Keywörter nach Volumen und Synonymen - Abgleich

Dritter Schritt:
- Marktbegleiter: Es ist noch üblich das Keywörter in die so genannten Meta-Tags geschrieben werden.Ein Blick dorthin kann nicht schaden.

Vierter Schritt:
- Geheimwaffe #2: Vergleich mit welchen Keywörtern Marktbegleiter tatsächlich gefunden werden!

- Mein Tipp: Setzen Sie besser auf 2-3 traffic lastige Keywörter als auf 12 mittelklassige.

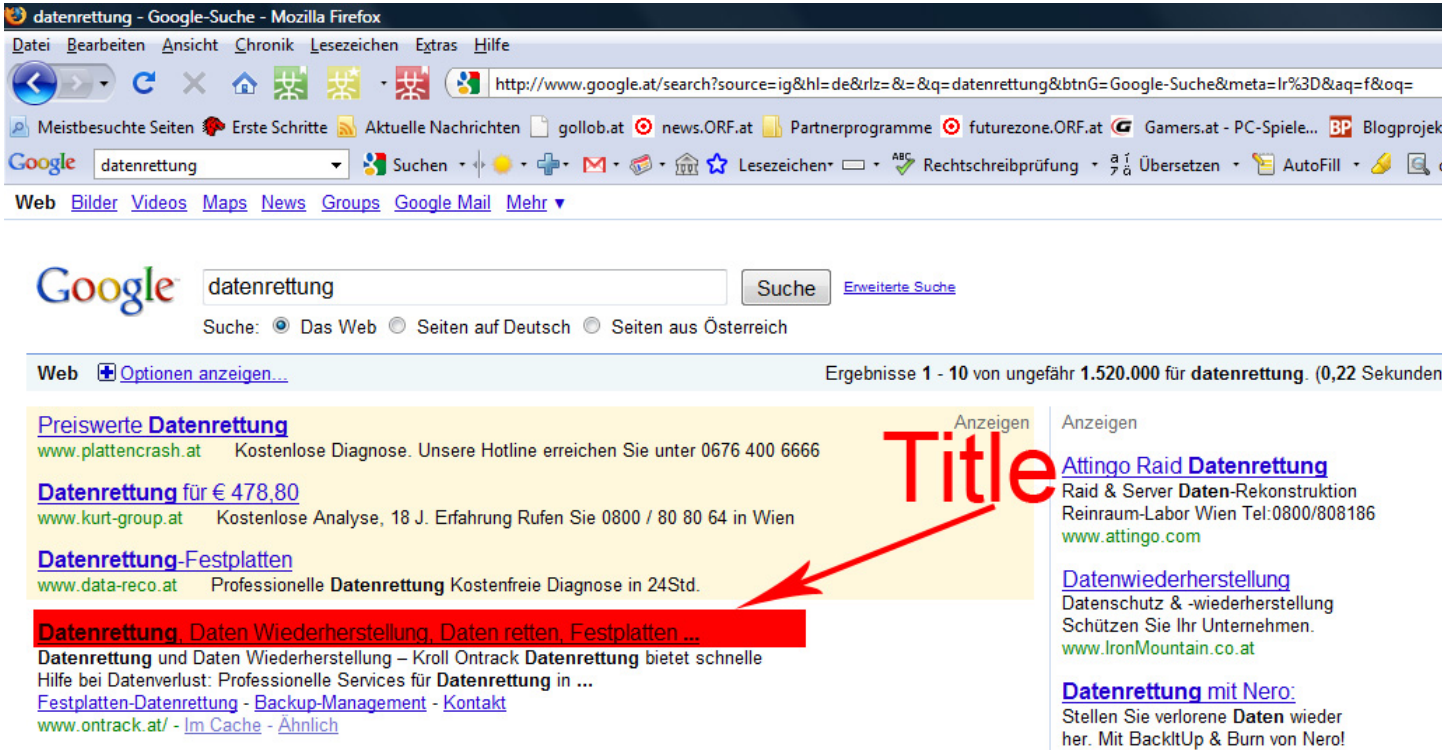
Google Keyword-Tool:
https://adwords.google.de/select/KeywordToolExternal

Alexa mit Beispiel Gollob.at:
http://www.alexa.com/siteinfo/http://www.gollob.at

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

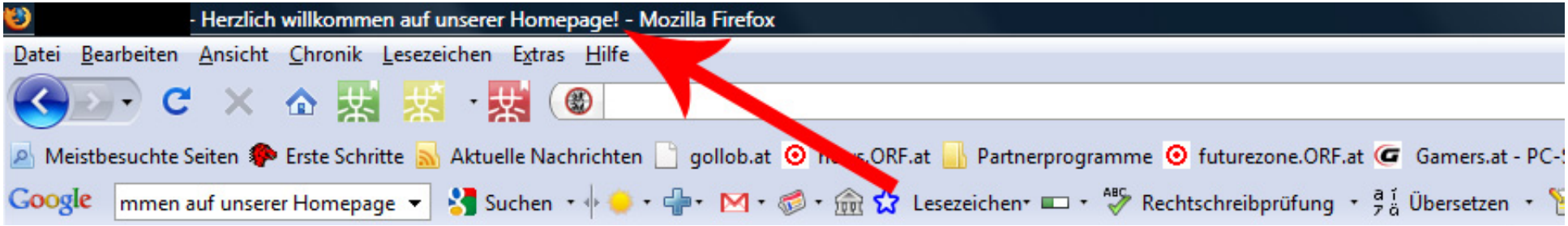
Der Titel einer Webseite wird sehr stark gewichtet!

- Einen Titel kann man nicht verstecken - > Keywörter rein!
- Ebenso den Text der auf der Seite steht -> ebenfalls Keywörter rein!



© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

<title>: Herzlich willkommen auf unserer Homepage!



- Google.at liefert dazu 6,1 Millionen Ergebnisse zu „Herzlich willkommen auf unserer ...“

- 6,1 Millionen Chancen mehr!

Google.at liefert 6.1 Millionen Ergebnisse zu „Herzlich willkommen auf unserer Homepage“ - eine Chance für alle anderen!
Herzlich willkommen auf unserer Homepage!
http://tinyurl.com/yzk9ee8

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Die richtigen Überschriften für Texte finden.

Beim Gestalten von Überschriften muss man folgende Dinge beachten.

- Eine Webseite sollte immer mit einer Überschrift beginnen und zwar mit <h1>Überschr...</h1>
- Es sollten Keywörter enthalten sein
- Die Überschriften sollten interessant sein und zum Klicken in den SERP‘s oder RSS-Readern bewegen.

Beispiel 1: Was ist besser:

5 Tipps für mehr Besucher auf der Homepage

oder

mehr Besucher bekommen

Beispiel 2: Was ist besser:

Funktionen neuer Telefonanlagen

oder

Was können moderne Telefonanlagen und was kosten neue Telefonanlagen

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Inhalte schreiben für Suchmaschinen oder Menschen?

- Meta-Tag Keywörter haben keine oder nur mehr sehr wenig Einfluss auf das Ranking in Suchmaschinen
  Grund: Es wurde Spam-betrieben „Klingelton, Klingelton, Klingelton, Klingelton,....."

- Google entnimmt die Keywörter deshalb aus dem Text der auf der Webseite sichtbar erscheint!

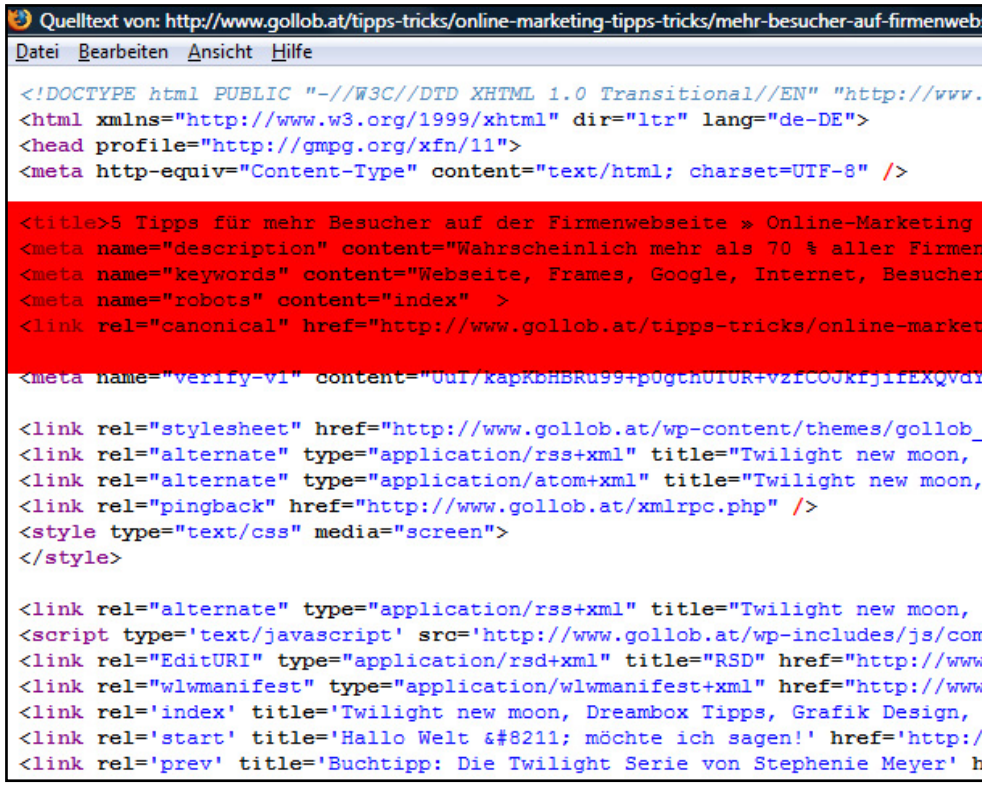
- Man spricht von Keywordichte, wenn die wichtigsten Keywörter auf einer Webseite 3% bis 5% vorkommen.

- Grundsätzlich gilt: Content ist King!
  Wertvolle Inhalte werden weiterempfohlen (Backlink).

- Fragen Sie sich was ihre Besucher interessieren könnte!!!

  - was können moderne Flachbildfernseher
  - wo liegen die Unterschiede bei LCD / Plasma...

Zu diesem Zeitpunkt, weiß der Besucher noch gar nicht, dass er einen Sony Bravia x1500 benötigt - so weit ist er noch nicht!



Keyworddichte ermitteln:
https://tools.sistrix.de/kd/

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Design - Grundregeln

2 **Sekunden** Zeit um den Besucher zu überzeugen - andernfalls warten 9 weitere Google-Suchergebnisse auf unseren potenziellen Interessenten.

Was ist ein gutes Design?

Design & Kunst sind nahe Verwandte.

Wichtigstes Unterscheidungsmerkmal: Design verfolgt immer eine Funktion und ein Ziel.

Grundregel die bei 90% der Fällen passt:

Weniger ist mehr!

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Ein gutes Design sollte folgende Eigenschaften besitzen:

- Es sollte klar erkennbar sein um welches Thema es sich handelt!

- Der Benutzer muss das Gefühl bekommen, dass er auf der Webseite richtig ist!

- Der Benutzer muss sich wohl fühlen und schnell an sein Ziel gelangen können.

  - Navigation links oder oben und nicht mehr als 7 Hauptpunkte - KEINE EXPERIMENTE
  - keine störenden Popup-Fenster
  - keine „blinkidings“ und Flash-Intros -> er muss schnell an sein Ziel gelangen

- alles an Ort und Stelle!

  - Navigation (links oder oben)
  - Suchschlitz (rechts oben)
  - Impressum (rechts oben)
  - Kontakt (letzter Punkt in der Navigation oder rechts oben)

Warum ist das so?

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier und liebt vertraute Strukturen. Je mehr ein Benutzer auf einer Webseite nachdenken muss, um ein Ziel zu erreichen, desto weniger werden es schaffen.
Tipp: Bewusst surfen - dann fällt es auf.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Verwendete Technik - selbstgestrickt oder Open Source Software?

Vorteile von Open-Source-Software:

- kostenlos
- millionenfach bewährt
- unerschöpfliche kostenlose Erweiterungen wie SEO-Plugins (bspw. wpseo), Bildergalerien, Social-Media,..)
- wird ständig weiterentwickelt und der Zeit angepasst

Vorteile von eigener Technik:

- keine öffentlich bekannten Sicherheitslücken
- flexibel bis ins kleinste Detail

Meine Empfehlung: Open-Source-Software

Man bindet sich nicht so stark an die Webagentur. Andere Agenturen können problemlos die Seiten übernehmen, erweitern, ändern etc. Kosten für Weiterentwicklung sind geringer - dieses Budget ist im Online Marketing besser aufgehoben, als bei der Webagentur die das x-te mal ein Newsletter Skript schreibt.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Block 2: Werbemaßnahmen.

Steht die Webseite gehts in die Werbung. (offpage Promotion)

Maßnahme 1: eingehende Links sammeln!

Warum?

- die meisten Zugriffe erhält man über Suchmaschinen
- aber ohne eingehende Links gehts nicht nach oben.

Ein Link wie er sein sollte:

Suchmaschine

Vorsicht vor Entwertung:

Suchmaschine

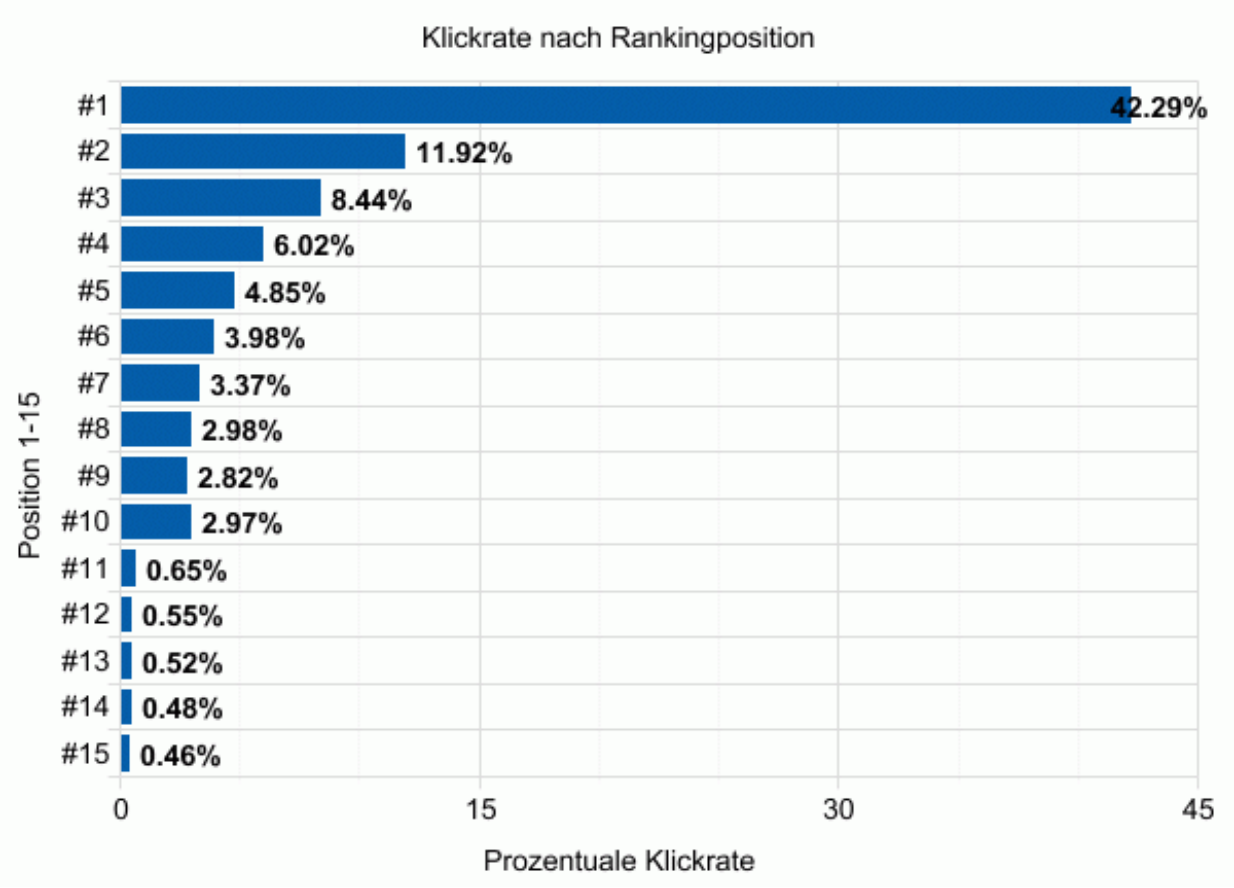
Vorsicht vor entwerteten Links:

Ein tolles Plugin für Mozilla Firefox um entwertete Links zu erkennen ist:

http://www.quirk.biz/searchstatus/

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

90% des Suchtraffics befindet sich auf der ersten Seite!



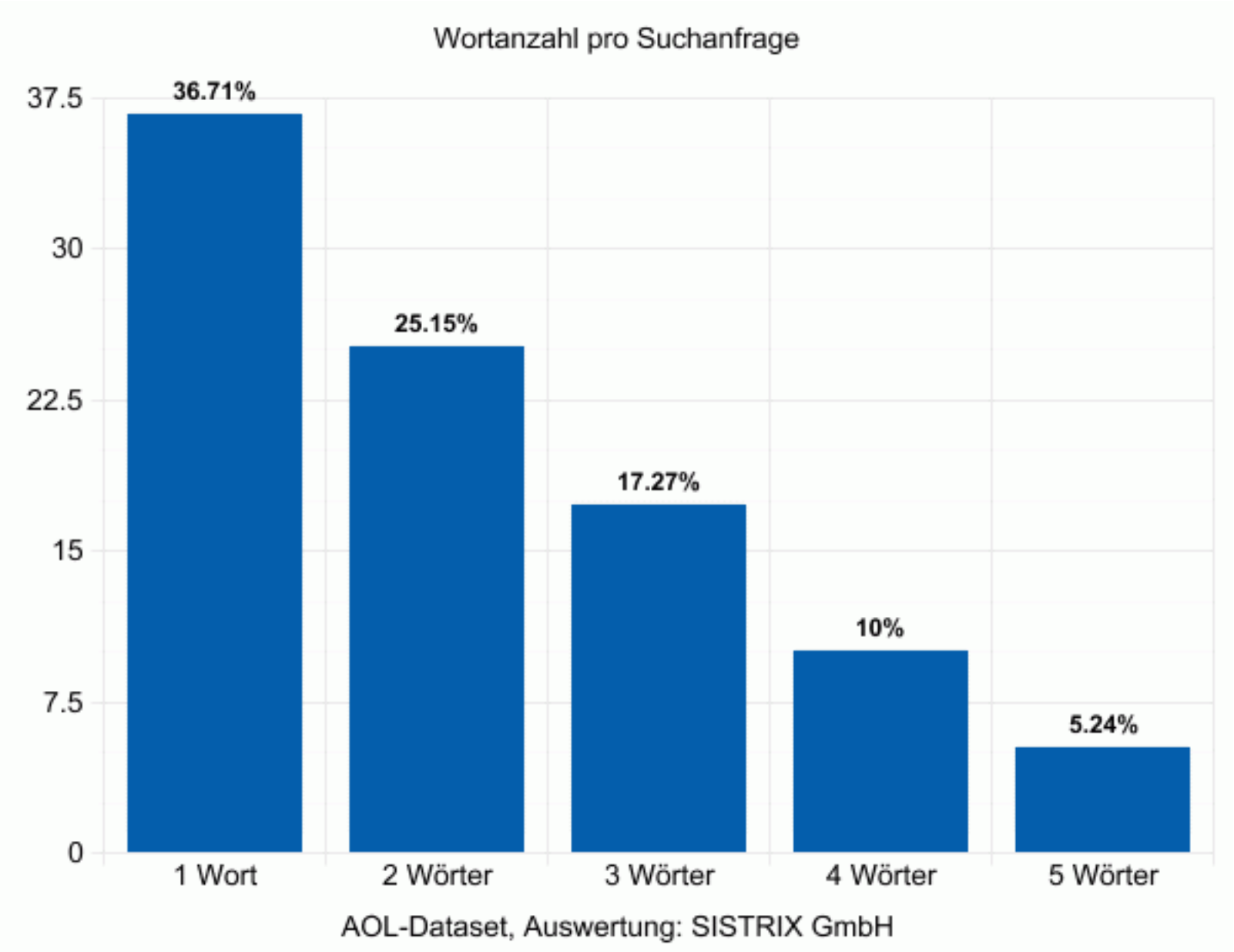
AOL hatte vor ca. 2 Jahren einen Datenbank Dump der Bewegungsdaten der Webbesucher veröffentlicht.

Datenbank-Dump enthielt folgende Informationen: anonymisierte Nutzer-ID, das Query, der Zeitpunkt der Suche, die geklickte URL sowie die Position der geklickten URL, Daten vom 1. bis zum 31. Mai 2006, Suchanfragen gesamt: 36.389.577

Auswertung und Quelle: http://www.sistrix.de/news/494-aol-daten-eine-kurze-auswertung.html

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Ein Keyword-Suche oder mehrere Kombinationen (Achtung Daten waren von 2006):



© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Ohne eingehende Links geht nichts.

- Google war die erste Suchmaschine die eingehende Linkstrukturen analysierte und mit ins Ranking nahm
- Heute macht es jede bessere Suchmaschine

Was sind eingehende Links für das Ranking Wert?

- Art des Links (Bild, Textlink)
- Position des Links (Textbereich, Fußzeile)
- Wer verlinkt auf mich (Organisation, Universität, anderes Unternehmen, wie hoch ist dort der PageRank, TrustRank,....)

Früher war der PageRank™ für Ranking noch weit wichtiger. Nachdem das die Webmaster verstanden hatten, wurde und wird mit Links gehandelt. Wer von Google bei so etwas erwischt wird, wird oft mit einem PageRank downgrade bestraft (Aus 4 mach 1 usw...)

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Wie bekomme ich eingehende Links?

- Partnerlinks einfordern
- bei Kunden Links einfordern
  - gerade Startup‘s freuen sich darüber wenn Sie dafür etwas günstiger bekommen
  - powered by Links (bspw. www.pr-sms.at)
- regionalen Zusammenschlüssen (Plusregion.at?)
- Pressetexte - es gibt unzählige kostenlose Portale
  - openpr.de,offenes-presseportal.de, www.online-artikel.de, www.fair-news.de, pressemitteilung.ws, www.rss-world.de ...
- SW - Salzburger Wirtschaft druckt gerne nützliche Infos für andere Salzburger Unternehmen
  - Content ist King
- Linkaufbau durch kostenlose Einträge in Branchenverzeichnisse
  - Bsp: www.austrolinks.info
- Wikipedia (zwar entwertet aber hoher Trust)

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Blogmarketing/Wie bekomme ich eingehende Links:

Blogs (Weblog) sind häufig Seiten von Privatpersonen:

- ca. 30 Millionen Blogs + 1
- untereinander stark verlinkt (Blogospähre)
- Inhalte sind chronologisch aufgebaut / Tagebuch.
- Es werden die unterschiedlichsten Themenbereiche abgedeckt.
- Blogs funktionieren in Suchmaschinen unglaublich gut.
- neue Inhalte landen in Google unglaublich schnell durch Pingdienste (+- 1/2 Stunde)

Genauso wie Wikipedia vermitteln eine Mehrheit der Weblogs wissen

- Erfahrungsberichte/Meinungen/Tests
- Beschreibungen How/To‘s
- Die Blogsoftware ist technisch bereits perfekt für Suchmaschinen ausgelegt.

Wir erinnern uns:

„Das Ziel von Google besteht darin, die auf der Welt vorhandenen Informationen zu organisieren und allgemein zugänglich und nutzbar zu machen.“

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Bezahlte Artikel bei Blogs:

- für € 100,-- schreiben auch große Blogs Beiträge um das „Taschengeld“ aufzubessern.
  - bitte beachten: man erkauft sich deshalb nicht unbedingt eine positive Meinung

Aktion für Blogger/Partnerprogramm:

- Multiplikator starten!

Lassen Sie einen großen Blogger über eine bestimmte Aktion, die es auf Ihrer Webseite gibt, berichten. Jeder teilnehmende Blogger mit Bericht und Link auf die Aktion erhält einen Gutschein (bspw. Amazon) oder nimmt an einer Verlosung für etwas größeres teil (Ballonfahrt,....)

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Partnerprogramm erstellen:

Bezahlen Sie pro Lead/Sale etwas an den „Vermittler aus“

Ein Blogger, Content-Seiten-Betreiber etc. möchte Geld für seine gezauberten Inhalte bekommen. Dieses Geld wird mit bezahlter Werbung verdient oder auch mit Partnerprogrammen.

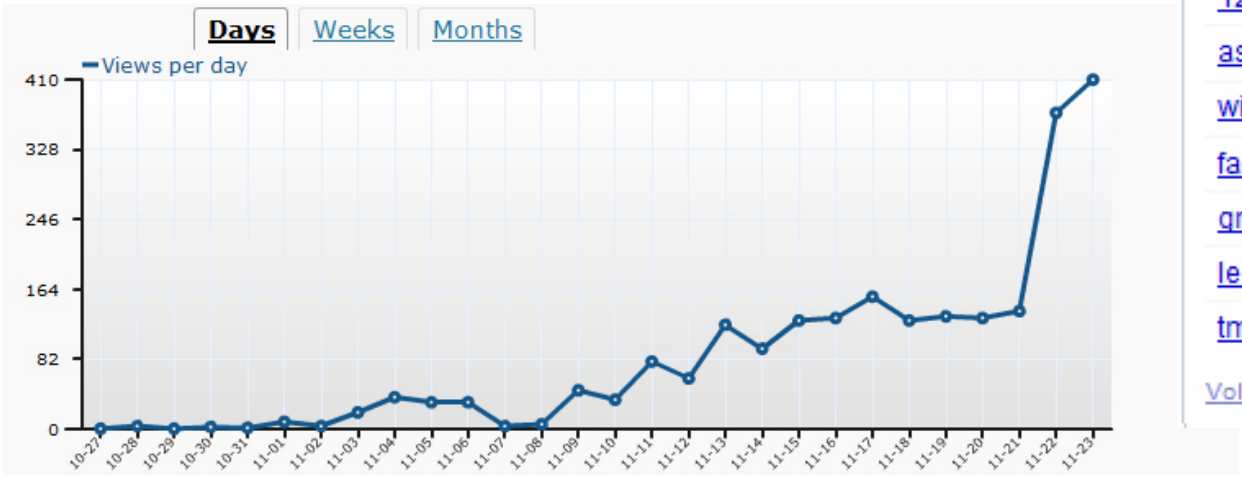
Der Partnerprogrammbetreiber (Zanox.de, superclix.de, etc...) überwacht und hostet das Partnerprogramm und steht somit unparteiisch in der Mitte.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Nutzen sie kommende Ereignisse:

Schreiben Sie einen Bericht über kommendes oder aktuelles:

- Messen / Tagungen - Schreiben Sie über Ihren eigenen Messestand oder warum sie nicht dort sind
- aktuelle Trends (wenn diese zum Unternehmen passen)
- richtig platziert werden die Zugriffe explodieren!



Google Insights for Search

Zunehmende Suchanfragen in den letzten 7 Tagen

Standort: Österreich

daul kim	Aufsteiger
tvthek.orf.at	+2.300 %
orf tvthek	+450 %
123people.at	+300 %
assassins creed 2	+150 %
willhaben.at	+90 %
facebook.com	+90 %
gmx.at login	+70 %
leo wörterbuch	+60 %
tmobile	+40 %

Vollständigen Bericht in Google Insights for Search anzeigen

Google Insights for Search stellt zunehmende Suchanfragen da.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Linkbait (Link Köder):

Bieten Sie interessante Tools, Downloads auf Ihrer Webseite an oder vermitteln Sie einfach „Wissen“

Beispiele für Linkbait:

- Welches Produkt passt zu mir – Konfigurator
- Wartemusik für die Telefonanlage kostenlos selbst aufsprechen
- Einen interessanten Download anbieten (Bspw. Energieausweiß richtig erklärt)
- Für jeden neuen eingehenden Link etwas verschenken.

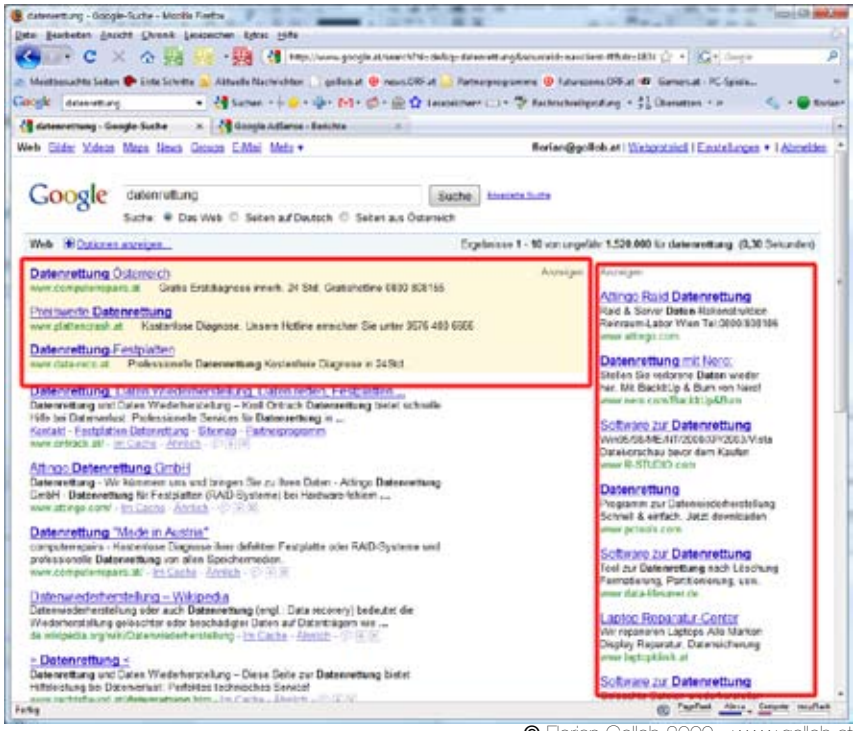
United Domains verschenkte an alle neuen eingehenden Links auf http://www.domain-karte.de/ eine Domainweltkarte.
Resultat: PageRank: 4, Backlinks: ca. 1700,Verweisende Domains: 244 Quelle: http://www.webmarketingblog.at/

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Google Adwords

Mit Google Adwords verdient Google den Großteil seines Geldes. Richtig eingesetzt, bietet Adwords tolle Möglichkeiten für jede Unternehmensgröße.

- themenrelevante „Kleinanzeigen"
- regional schaltbar (bspw. im Umkreis von 20 Kilometer von Salzburg)
- bezahlt wird pro Klick (pay per Click)
- Kosten pro Klick variieren je nach Mitbewerb und Performance der eigenen Anzeige.
- volle Kostenkontrolle mit „Limit pro Tag“
- ab € 50 pro Tag hilft Google selbst bei der Einrichtung der Kampagne
- Buchen von Keywords mit denen man nicht vorne ist



© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Google Adwords

Adwords die „schnellste Möglichkeit“ um Umsatz im Internet zu generieren - aber schmeißen Sie kein Geld beim Fenster raus!

Um mit Adwords Erfolg zu haben, müssen mehrere Bereiche zusammenspielen:

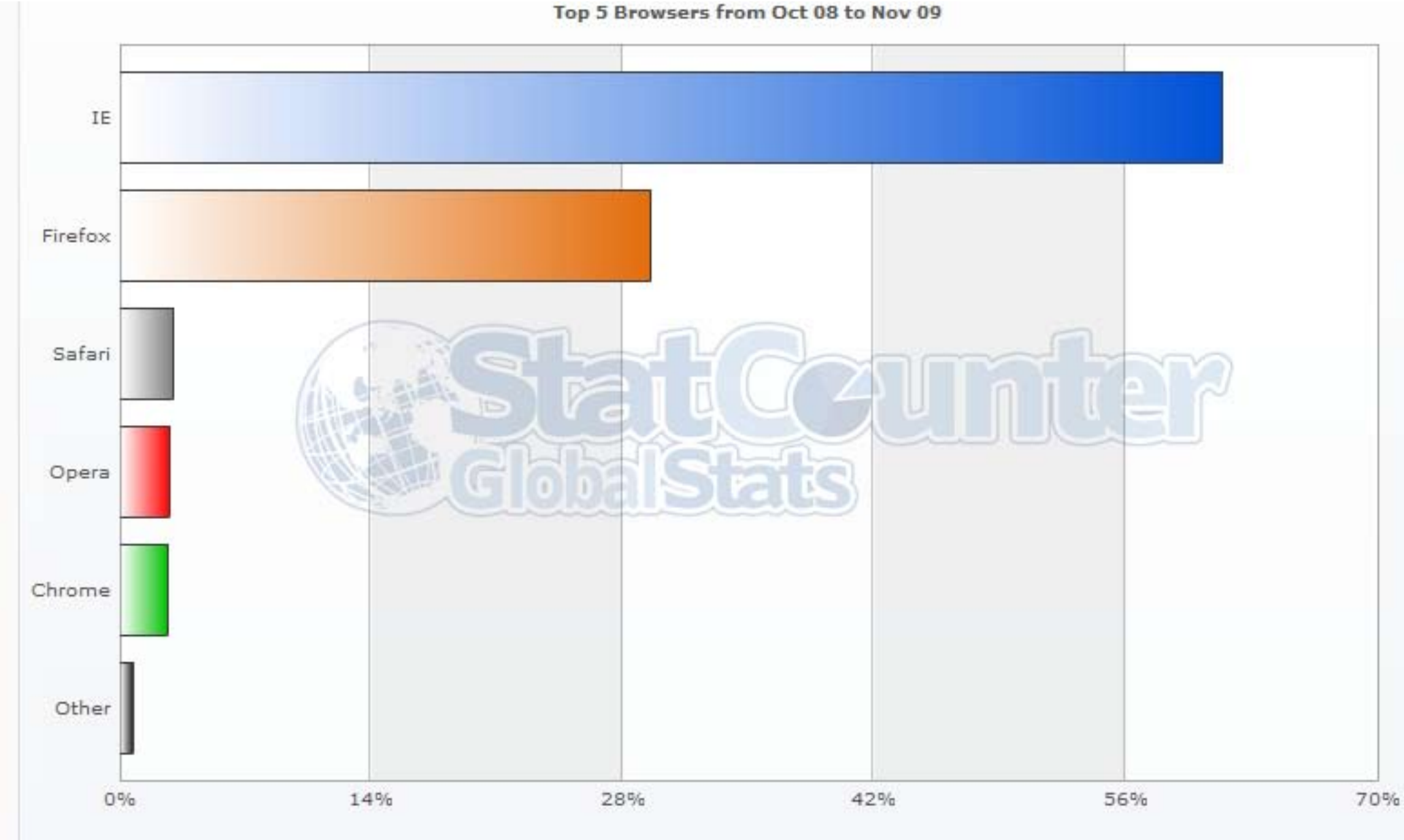
- Webseite
- optimierte Kampagnen
- Landingpages
- Controlling / Bremsen lösen!

Die hohe Kunst der Webseitengestaltung besteht darin, dass sie den Benutzern nicht nur gefällt, sondern dass diese auch in jedem Browser funktioniert und in etwa gleich aussieht!

Unterschätzen Sie das nicht - viele Designer tun das leider immer noch...

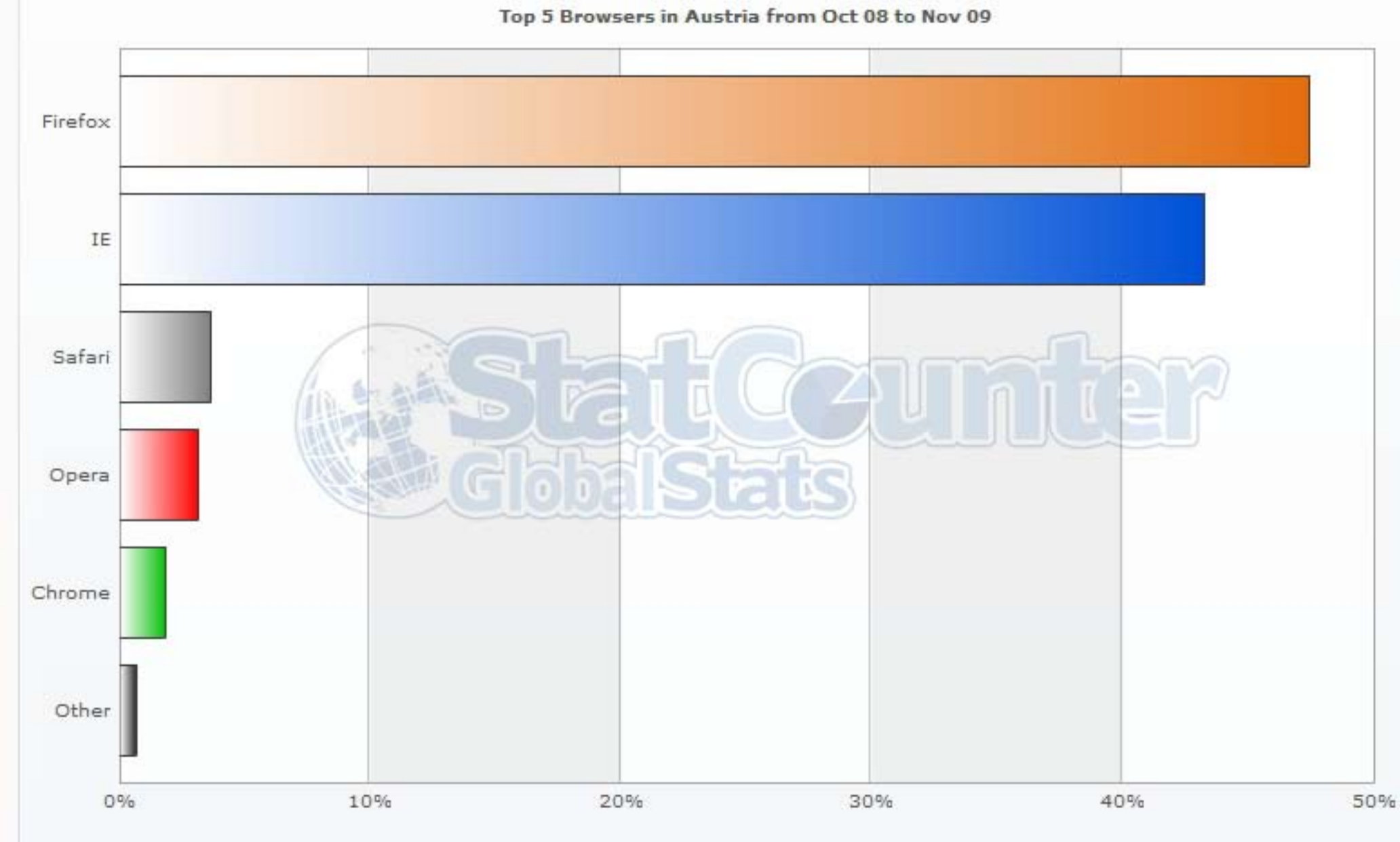
© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Eingesetze Browser in Prozent weltweit:



Daten von www.statcounter.com einem weltweiten Web Analyse Tool Anbieter

Eingesetze Browser in Prozent Österreich:



Daten von www.statcounter.com einem weltweiten Web Analyse Tool Anbieter

optimierte Adwords Kampagnen:

Auf welche Werbung würden Sie eher klicken wenn Sie auf der Suche nach eine Kachelofen sind?

Kachelofen
Große Auswahl an **Kachelöfen**, tolle Bildergalerie, gratis Kataloge uvm!
www.BIOFIRE.com/Kachelofen

Der optimale **Kachelofen**
Unabhängige Info über **Kachelofen**, Hafnermeister und Behaglichkeit
www.unserkachelofen.at

Kachel- und Kaminöfen
Daten von 340.000 Unternehmen und über 3,7 Mio Telefonteilnehmern
www.herold.at

Handerzeugte **Kachelöfen**
Echte Unikate In 80 jähriger Tradition
www.angermayer.at

Infos vom Hersteller
Über Holzbrandfeuerungen für **Kachelöfen** Kamine und Kesselsysteme
www.brunner.de

Nabertherm Ofen
Industrieöfen von 30 - 3000 °C, Öfen made in Germany!
www.nabertherm.de/produkte/index/de

Wohlige Wärme
Mit einem **Kachelofen** Informieren Sie sich hier!
Prometheus.at

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Google Adwords - Landingpages:

Landingpages sind eigens für Adwords erstellte Webseiten. Diese Seiten sollen die Umsetzung zu einer Conversion/einem Ziel steigern. Immerhin hat man ja für den Zugriff bezahlt!

- Vorteile für Besucher

  Der Besucher erwartet sich beim Klick auf eine Anzeige sein Ziel zu finden.
  Sucht er bspw. nach Kachelofengalerie, dann führen Sie den Besucher direkt dorthin - dort findet er auch gleich das Anfrageformular

  Versprechen Sie nicht was Sie nicht halten können. Wenn die „Kleinanzeige“ lautet: „Konfigurieren sie hier Ihre Telefonanlage selbst“, dann muss das stimmen.

- Vorteile für Sie als Seitenbetreiber

  Die Chance ein Ziel zu erreichen wird durch den Einsatz von „Landingpages“ drastisch erhöht!

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Controlling - Bremsen lösen:

Eine Vorschau auf Block 3:

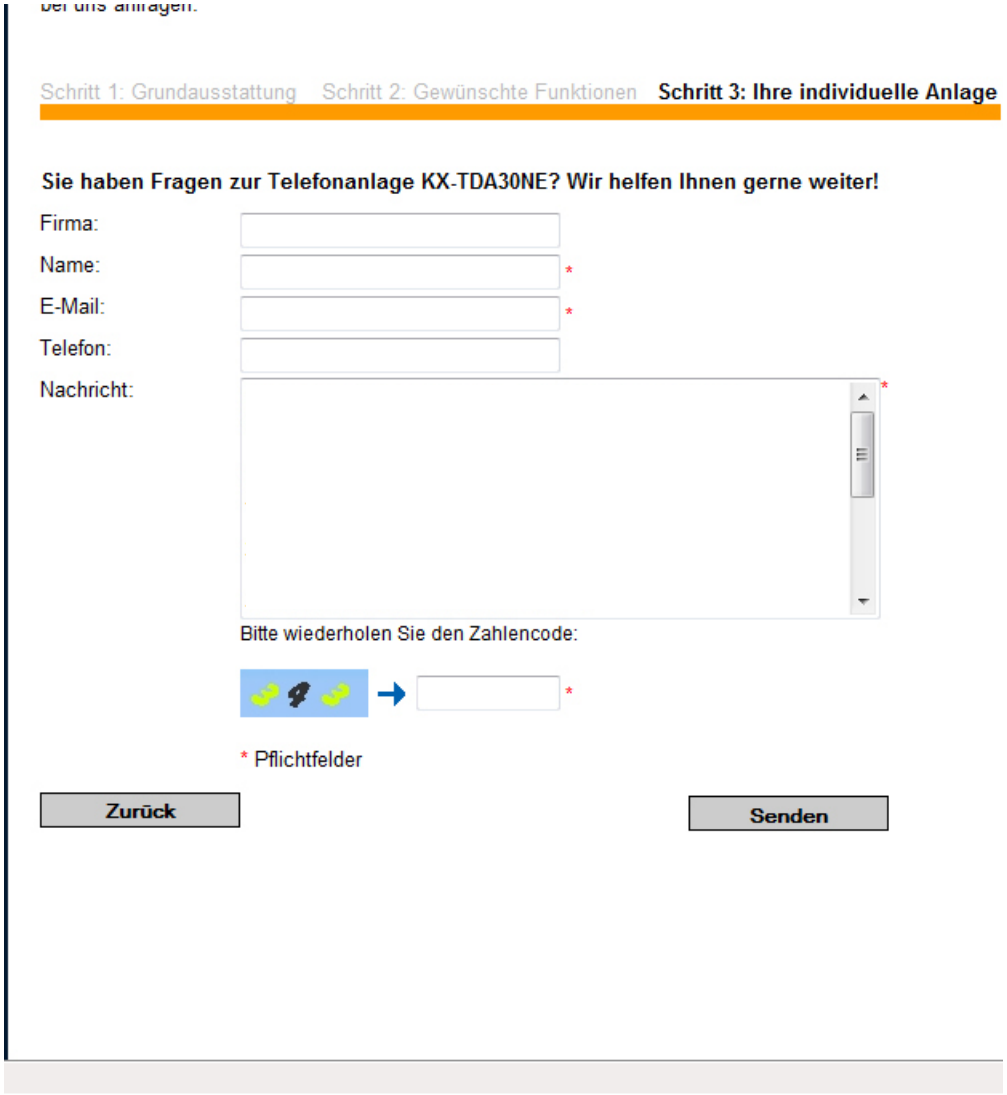
Webanalyse ist eines der wichtigsten Punkte um eine Webseite erfolgreich zu machen. Stellen Sie die richtigen Fragen - erhalten Sie die gewünschten Antworten.

Frage an die Webanalyse Software:

In der Webanalyse steht, dass 18 Personen das Anfrageformular des Konfigurators erreichen. Aber es fragen nur: 2 davon an. Wieso?

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Wo würden Sie lieber Anfragen?



© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Wo würden Sie lieber Anfragen?

bei uns anfragen.

Schritt 1: Grundausstattung Schritt 2: Gewünschte Funktionen **Schritt 3: Ihre individuelle Anlage**

Sie haben Fragen zur Telefonanlage KX-TDA30NE? Wir helfen Ihnen gerne weiter!

Firma:

Name: *

E-Mail: *

Telefon:

Nachricht: *

```
Der Konfigurator hat folgendes Ergebnis
gebracht: KX-TDA30NE

Bitte erstellen Sie mir ein unverbindliches
Angebot.

Meine benötigten Features:

Anzahl Amtsanschlüsse S0: 6
```

Bitte wiederholen Sie den Zahlencode:

*

* Pflichtfelder

Zurück Senden

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Controlling - Bremsen lösen:

Durch solche und ähnliche Änderungen löst man Bremsen.
Kleine Änderungen können so schon statt 1 Anfrage am Tag 2-3 bringen. Was einer Steigerung von 200-300% bedeutet!

Noch ein weiteres Beispiel:

Auf der Ergebnisseite des Konfigurators werden Telefonanlagen vorgeschlagen. Ein Button neben der Anlage hatte den Namen „jetzt Anfragen“. Der Button hatte mäßigen Erfolg.

Um dieses Problem zu lösen muss man sich in den Benutzer hineinversetzen. Was interessiert ihn nach der Präsentation der für „ihn richtigen Anlage“? Richtig: Der Preis.

Der Button heißt nun „Preisinfo“ und ist erfolgreicher als „jetzt Anfragen“.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Der Klassiker - Bannerwerbung:

Bannerwerbung ist vor allem interessant um seine „Marke“ bekannter zu machen. Zielgruppen können bei gezielter Schaltung auch hier gut gewählt werden.

Für fast jedes Thema gibt es Blogs, Foren, uvm:

Es müssen nicht immer die ganz großen Portale sein - oft bringen die kleinen den gewünschten Erfolg.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Neu: Social-Media:

Social Media Webseiten erfreuen sich größter Beliebtheit. Alleine facebook zählt 300 Millionen registrierte Benutzer. Aber auch Twitter ist nicht schlecht im Geschäft.

Möglichkeiten von Facebook und Twitter:

- Pflege des eigenen sozialen Netzwerks
- Facebook und Twitter als weiteren Newskanal nutzen
- Fans kaufen

Weiters wird Facebook und Twitter interssanter:

- Google & Co werden künftig Einträge von sozialen Netzwerken ins Suchergebnis mit aufnehmen.

Was ist Twitter: Video - Twitter in Plain English
http://www.youtube.com/watch?v=ddO9idmax0o

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Block 3: Erfolgskontrolle

Ziele überprüfen - wo steht man - was kann man verbessern

Folgende Tools braucht jede Webseite:

Google Analytics

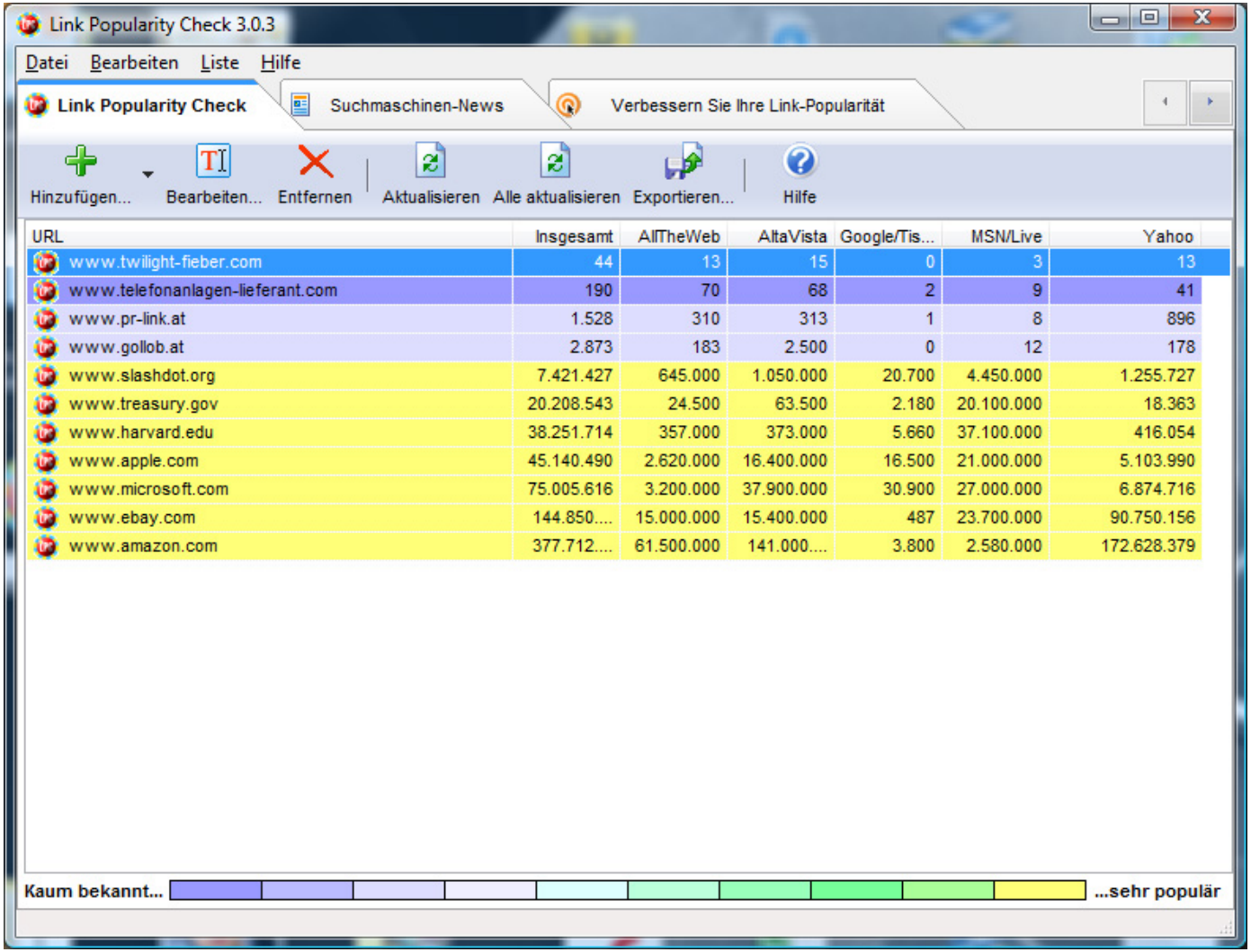
Google webmaster-tools

Ebenfalls interessant:

- Link Popularity Check
  http://www.checkyourlinkpopularity.com/

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Link Popularität überprüfen:



URL	Insgesamt	AllTheWeb	AltaVista	Google/Tis...	MSN/Live	Yahoo
www.twilight-fieber.com	44	13	15	0	3	13
www.telefonanlagen-lieferant.com	190	70	68	2	9	41
www.pr-link.at	1.528	310	313	1	8	896
www.gollob.at	2.873	183	2.500	0	12	178
www.slashdot.org	7.421.427	645.000	1.050.000	20.700	4.450.000	1.255.727
www.treasury.gov	20.208.543	24.500	63.500	2.180	20.100.000	18.363
www.harvard.edu	38.251.714	357.000	373.000	5.660	37.100.000	416.054
www.apple.com	45.140.490	2.620.000	16.400.000	16.500	21.000.000	5.103.990
www.microsoft.com	75.005.616	3.200.000	37.900.000	30.900	27.000.000	6.874.716
www.ebay.com	144.850....	15.000.000	15.400.000	487	23.700.000	90.750.156
www.amazon.com	377.712....	61.500.000	141.000....	3.800	2.580.000	172.628.379

Kostenloses Tool:
http://www.checkyourlinkpopularity.com/

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Mit den Augen von Google - die Webmaster Tools

- sitemap.xml hinzufügen
  - schneller eingelesen werden, Suchmaschinen kommen öfter...?
- zeigt eingehende Links an
- zeigt an welche Suchmaschinenpositionen mit welchem Keyword erreicht worden ist
  - und mit welchen die Webseite tatsächlich besucht wird
- zeigt an wie viele einen evtl. vorhandenen RSS-Feed abonniert haben

Vorraussetzung ist ein Google-Konto:

https://www.google.com/accounts/NewAccount

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Google Analytics:

Ist ein kostenloses Analysewerkzeug von Google um Besucherströme auf Webseiten zu verstehen.

- kostenloses Tool von Google
- basierend auf Besucher nicht „Klicks“
- einfache Integration

Besonderheiten:

- Einrichtung von Zielen (Conversions) inkl. Zielwerten
- Einrichtung von eigenen Segmenten
- Berichte können per E-Mail 1x wöchentlich versendet werden

- extrem hilfreich um Google Adwords Kampagnen zu überprüfen (ROI)

Vorraussetzung ist ein Google-Konto:

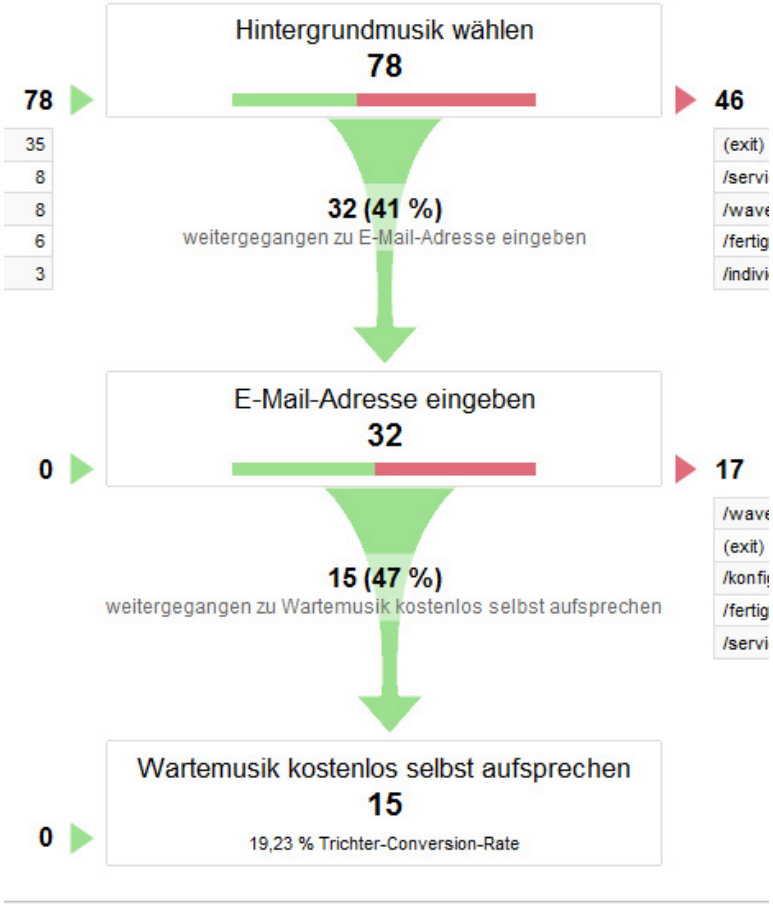
https://www.google.com/accounts/NewAccount

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Google Analytics in der Praxis:

Einige Analysen aus der Praxis:

- Dashboard
- Besucher
- Zugriffsquellen
- Content
- Ziele
  - Trichter Visualisierung



© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Wann ist eine Webseite erfolgreich?

- Eine Webseite sollte heute zum Unternehmenserfolg beitragen
- Je nach Branche spricht man von Conversion Raten von 1-2%

D.h. Wenn 100 Personen in das Geschäft „Webseite“ kommen, erfüllen 1-2% davon unsere Ziele. Kontaktformular, Newsletter, Shop-Einkauf....

Persönlich gehe ich davon aus, dass Conversionraten mit dem wachsenden Vertrauen der Nutzer in Zukunft steigen werden.

Im Spar oder Hofer ist es übrigens fast genau umgekehrt. Dort kaufen 98-99% der Besucher und nur 1-2 gehen ohne was raus (oder haben es versteckt..) ;o)

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Zukunftsaussichten und Chancen:

Viele Unternehmen stehen dem Internet noch sehr blauäugig gegenüber und überlassen lieber anderen das Feld. Redet man mit Unternehmern bekommt heute schon jeder Tonnen von Anfragen und jeder ist mit seinem Ergebnis mehr als zufrieden. Hand aufs Herz - ist das die Wahrheit?

Fakt ist:

- Der Mitbewerb schläft oft noch tief und fest in der klassischen Werbung
- Die Kosten für Google-Adwords sind heute noch sehr günstig da der Mitbewerb noch nicht so stark ist.
- Die Chancen sind heute noch besser um mit seinen Keywords nach vorne zu kommen.

ABER: Passen Sie auf Ihr Geld auf.

Sie sollten hellhörig werden wenn Ihnen eine Agentur:

- die erste Seite bei Google verspricht
- erklärt sie hätte besondere Beziehungen zu Google
- die Webseite nichts kostet sondern nur die Wartung verrechnet wird (pro Monat € 200, 3 Jahre lang)

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Mit diesem Wissen richtige Entscheidungen treffen.

Sie wissen...

- das eine Webseite in jedem Browser gleich aussehen sollte
- das teure Flash-Intros negativ auf ihre Besucher und Suchmaschinen wirken können
- wie wichtig Suchmaschinen für Ihren Unternehmenserfolg sind
- wie Keywörter eingesetzt werden müssen, um gefunden zu werden
- dass mit moderner Webanalyse Webseiten optimiert werden können
- dass Ziele überprüft werden können.

- Sie kennen die wichtigsten Möglichkeiten im Online-Marketing

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Angebote und Leistungen von Agenturen besser bewerten.

Eine erfolgreiche Webseite ist das Zusammenspiel mehrerer Menschen aus unterschiedlichen Fachbereichen (Grafik, Technik, Marketing, Controlling,...)

„Jo mei Webseiten mocht mei Schwoga. Der kennt si mim Computer sunst a so guat aus.“

Vorsicht bei:

- Studenten
  - Verläßlichkeit und weitere Betreuung nach Studium ungewiss
  - sind dafür aber meist günstiger
- one man show‘s
  - Ist das Know-How überhaupt vorhanden - prüfen!
    - Grafik, Technik, Marketing, Controlling,....
- wird vorab ein Screen-Design kostenlos vorgeschlagen - komisch aber praktisch...
    - Indiz auf wenig Arbeit?
- bei Webdesignern die stolz auf Top-Platzierungen von „Markennamen“ sind.
  - Mit dem Keyword „Saeco“ ist der Kunde mit der Domain saeco.at ganz oben.
  - besser wäre hier klar: „Kaffee“ und das unbezahlt!!!

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Der gesamte Vortrag ist mit weiterführender Literatur ab morgen auf:

- http://www.gollob.at verfügbar.

© Florian Gollob 2009 - www.gollob.at

Vielen Dank!