

i-spot

Newsletter der Intersim AG

EFFIZIENTES SUCHMASCHINENMARKETING - UND DANN?

Im Zusammenhang mit der Vermarktung einer Webpräsenz sind viele Aspekte zu berücksichtigen. Professionalität ist gefragt.

bi. Auf ein wirksames Suchmaschinenmarketing, dessen Mechanismen und Zielen wir bereits früher einen Artikel gewidmet haben, folgen weitere Massnahmen, die zu einer effizienten Bewirtschaftung der Inhalte führen sollen.

Ziel muss eine möglichst präzise auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Benutzer abgestimmte Pflege der Contents sein. Dies ist nur möglich, wenn uns das Benutzerverhalten detailliert bekannt ist.

Neue Analysewerkzeuge geben Antwort auf zwei Fragen:

- Anhand welcher Mechanismen hat der Besucher die

Webpräsenz gefunden und aufgesucht? Dies hilft, die Wirksamkeit des Suchmaschinenmarketings weiter zu steigern.

- Welche Inhalte sind für ihn von Bedeutung, welche nicht? Wenn wir dies wissen, können die Inhalte viel gezielter ausgerichtet werden.

„Google Analytics“ ist ein Beispiel für ein wirkungsvolles Analysewerkzeug, das erst noch kostenlos zur Verfügung steht. Sowohl Besucherherkunft als auch Besucherverhalten werden unter verschiedensten Blickwinkeln detailliert beleuchtet, statistisch ausgewertet und grafisch aufbereitet.

Aufgrund dieser Daten lassen sich laufend die Inhalte wirksam anpassen und auf den Kundennutzen ausrichten:

- Das heisst, dass unbeachtete Inhalte entlarvt und entfernt oder ersetzt werden können.
- Im Gegenzug erhalten vielbesuchte Seiten entsprechend mehr Aufmerksamkeit.

Dieser Prozess der Analyse mit anschliessendem Feintuning muss wiederkehrend durchgeführt werden. Dafür fehlt in einem Unternehmen häufig die Kapazität oder die Fachkompetenz, so dass ein Outsourcing dieser Tätigkeit an einen Internet-Partner sinnvoll und vorteilhaft ist.

GEZIELTES INFORMATIONS MANAGEMENT

bi. Bei den Bemühungen, Informationen im Internet einfacher und schneller zugänglich zu machen, lassen sich die grossen Suchmaschinenbetreiber stetig Neues einfallen. Neben der einfachen Textsuche kann heute nach Bildern, Videos, Ortschaften, News und Produkten gesucht werden.

Längst haben solche Informationswerkzeuge den lokalen Computer erreicht. Mit Desktop-Integration, Browser-Toolbars, Programmen für die Bilderverwaltung, Messengern und Webmail bieten die Marktführer die verschiedensten Hilfen zur Suche und Organisation von Informationen und Daten an. Alle diese Werkzeuge sind zwar nützlich, verfolgen aber auch den Zweck der Kunden-

bindung. Denn die Suchmaschinen verdienen ihr Geld nach wie vor damit, den Suchenden zum Kaufenden zu machen, ihn also dorthin zu führen, wo ein Angebot vorhanden ist, das er wahrnehmen soll.

Nur wer diese Mechanismen kennt, kann sie zur wirksamen und gezielten Verbreitung seiner eigenen Informationen nutzen.

So kann beispielsweise dafür gesorgt werden, dass ein

klug gepflegter News-Feed eines Unternehmens seinen Weg auf den Google-Desktop eines Interessenten findet und dort für regelmässigen Informationsnachschub zum Produktsortiment sorgt. Profitieren Sie von solchen Trends, indem Sie in Zusammenarbeit mit Ihrem Fachpartner Ihre Webpräsenz entsprechend optimieren. Insbesondere dann, wenn die Inhalte dafür prädestiniert sind (z.B. Online-Shop).

Glossar: Fachbegriffe der Besucheranalyse

***bi.* Conversion: Wandel vom Besucher zum Kunden.**

Conversion Rate: Massstab für die Wirtschaftlichkeit einer Werbemassnahme.

Besuchersegmentierung: Analyse der Besucher aufgrund bestimmter Faktoren, z.B. geografische Regionen.

Trendbericht: Analyse der Veränderung des Leserverhaltens.

Trichter-Visualisierung: Zeigt den Weg der Besucher durch eine Web-Präsenz (Pfadverfolgung).

Leute: heute ...



Nadine Drack

Seit diesem Sommer ist Nadine Drack der kreative Kopf der Intersim AG. Mit Begeisterung setzt sie ihr Verständnis für visuelle Kommunikation in individuelle und kundenorientierte Web-Auftritte um. Ihr Interesse an fernen Kulturen und fremden Ländern hat sie schon durch viele Teile dieser Welt geführt. So lernte sie Web-Publishing in Indien und lebte 5 Jahre in Australien, wo sie an der Universität von Melbourne Neue Medien studierte.

Übrigens...

Im Hinblick auf die Festzeit haben wir den ultimativen Tipp zum Abbau unerwünschter Kalorien: Gönnen Sie sich einen Aufenthalt in der gesunden Bergluft und besuchen Sie das neu eröffnete Sportzentrum Gstaad mit seinem vielfältigen Angebot.

☞ www.sportzentrum-gstaad.ch

Umfragen zeigen, dass dieses Jahr voraussichtlich jeder dritte Weihnachtseinkauf via Internet abgewickelt wird. Als Alternative schenken Sie eine Online-Spende.

☞ www.unicef-suisse.ch

Die Weihnachts- und Neujahrszeit bringt vermehrten Gruss- und Glückwunschkartenversand mit sich. Da kommen die Zitate-Datenbanken gerade recht. So lassen sich Kartentexte mit einer Prise Witz oder Nachdenklichkeit verfeinern.

☞ www.zitate.de

i-spot(t)

Und hier eine Weisheit zum Jahreswechsel von einem bewährten Zitate-lieferanten:

„Jetzt sind die guten alten Zeiten, nach denen Sie sich in zehn Jahren zurücksehnen werden.“

Peter Ustinov (1921-2004), engl. Schriftsteller und Schauspieler