



**Pressemitteilung zur SuisseEmex 2010 in Zürich, 24. - 26.8.2010:**

## **Worauf Google achtet**

*Über Google wird sehr viel Umsatz verteilt. Doch während im Ausland teilweise über 15 Prozent der Werbeausgaben in die Ansprache der Kunden über das Internet fließen, erhalten Google und Co. hierzulande nur gerade sechs Prozent. An der SuisseEmex in Zürich wird aufgezeigt, wie über Suchmaschinen neue Kunden gewonnen werden können.*

Wer bei Google zu den von den Kunden gesuchten Begriffen nicht gefunden wird, verliert täglich Umsatz. Aus dieser Kenntnis heraus sind auch bei Schweizer Unternehmen die Ausgaben für Internet Marketing in den vergangenen Jahren um zweistellige Prozentzahlen gewachsen. Viele Schweizer E-Commerce-Unternehmen feiern sogar Rekordumsätze. Immerhin haben 84 Prozent der Schweizer Internetnutzer laut einer Studie der Universität St. Gallen schon einmal online eingekauft und rund 6 Milliarden Schweizer Franken dabei ausgegeben. Noch viel höher sind die Umsätze im Firmengeschäft, welche über Suchmaschinen wie Google verteilt werden. Mit welchen Instrumenten es gelingt, neue Kunden zu gewinnen und zu halten, wird an der SuisseEmex in Zürich aufgezeigt.

Entscheidend für den online Erfolg eines Unternehmens ist die Ansprache der Kunden über Google. Die Suchmaschine beachtet über 200 Faktoren, um zu entscheiden, wer die begehrten Spitzenplätze erhält. Wer mit Google Erfolg haben will, muss vor allem eines berücksichtigen: Ganz oben steht immer der Nutzen für den Kunden! Dies ist eine der wichtigsten Erkenntnisse an einem Referat von Beat Z'graggen, Geschäftsführer von Worldsites, welche in über 80 Ländern Internet Marketing betreibt.

Tausende Techniker entwickeln Google ständig weiter (unter anderem in Zürich). Dabei versucht die Suchmaschine sogar, die individuellen Interessen des Surfenden zu berücksichtigen. Doch wie wird man zur Nummer 1? Jeder, der behauptet, er könne eine Webseite bei Google auf Platz 1 bringen, hat Recht - wenn man unter einem Begriff wie *Bananenschäler* gefunden werden will. Wie aber steht es mit den von den Kunden wirklich gesuchten Begriffen aus? Ist das überhaupt möglich - ohne Tricks?

Es kursieren viele Gerüchte darüber, worauf Google reagiert. Diese zu beachten, kann gefährlich sein. Nur das, was dem Suchenden dient und auf den Inhalt abgestimmt ist, hat langfristig Bestand. Gegen Google's Richtlinien zu verstossen, kann sich niemand leisten, der langfristig denkt. Es ist wichtig, auf den Ruf des Auftrittes zu achten und möglichst wenig Hürden für die Suchmaschinen zu schaffen.

Google vertraut mehr auf das, was andere über den eigenen Auftritt sagen, als auf das, was man selber darüber sagt. Bei der Verlinkung des eigenen Auftrittes, welche für die Position am wichtigsten ist, muss man unbedingt auf die Qualität der Links achten. Beim Inhalt sollte (auch im Interesse der Besucher) das Wichtigste immer zuerst



stehen. Der Inhalt muss auf die Sprache und das Suchverhalten der Kunden ausgerichtet sein. Einfach die firmeninterne Sprache zu verwenden, ist oft sogar kontraproduktiv. Im Zentrum sollte immer die Sprache des Kunden stehen und die Inhalte, welchen diesen interessieren. Inhalte mit Nutzen für den Kunden sind das A und O eines erfolgreichen Internet-Auftrittes.

### **Wichtige Punkte, um über Google mehr Umsatz zu erzielen**

- Zuerst testen, wonach diejenigen Personen suchen, welche Umsatz bringen.
- Die Optimierung soll dem Suchenden dienen.
- Auf den Ruf des Auftrittes achten.
- Möglichst viele relevante Inhalte erstellen.
- Aussagekräftige Titel verwenden, welche die eigenen Stärken betonen.
- Möglichst viele Links von passenden Seiten erhalten.

Die Zeichen stehen gut, dass auch in der Schweiz die Möglichkeiten des online Marketings stärker genutzt werden. So sind zum Beispiel gemäss Media Focus die Ausgaben für online Werbung im ersten Halbjahr 2010 auf 211.2 Millionen Franken gestiegen. Wenn sich die Ausgaben an das Niveau der umliegenden Länder anpassen, steht der Branche ein weiterhin starkes Wachstum bevor.

### **Kontakt für Rückfragen:**

Worldsites GmbH

Beat Z'graggen

Lettenstrasse 7

6343 Rotkreuz

[www.worldsites-schweiz.ch](http://www.worldsites-schweiz.ch)

[bz@worldsites-schweiz.ch](mailto:bz@worldsites-schweiz.ch)

Tel. 041 / 799 80 99

Fax 041 / 799 80 90

3'938 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Der Artikel kann in elektronischer Form hier heruntergeladen werden:

<http://news.worldsites-schweiz.ch/presse.htm>



**Aus dem Programm der Vorträge, welche an der SuisseEmex in Zürich stattfinden:**

**Dienstag, 24.8.2010, 15.30 – 16.30**

*Was Sie bei der Ansprache von Kunden über Suchmaschinen im Ausland beachten müssen!*

Ob Sie lokal oder in Ihren Exportmärkten Kunden gewinnen wollen: Erfahren Sie

- Wie Sie bei Google, Yandex oder Baidu in die Top-Positionen gelangen
- Wie Sie Besucher zu Kunden machen
- Wie Sie Kunden gezielt dann ansprechen, wenn Interesse besteht
- Wie Sie Zielseiten auf lokale Vorlieben ausrichten

**26.8.2010, 14.00 – 15.00**

*Wie Sie bei Google in die Top-10 Positionen gelangen und den Umsatz erhöhen!*

Wer zu den von den Kunden gesuchten Begriffen bei Google nicht gefunden wird, verliert täglich Umsatz. Über 200 Faktoren spielen bei Google eine Rolle, um einen Spitzenplatz zu erhalten. Mehr zu

- Chancen und Risiken: Wie kommen Sie in die Top 10 und wann fliegt man raus?
- Wie Sie Besucher zu Kunden machen.

Mehr Informationen über Worldsites finden Sie unter

<http://news.worldsites-schweiz.ch/presse.htm>

Zum Autor:

Beat Z'graggen ist Geschäftsführer der Worldsites GmbH mit Sitz in Rotkreuz. Als Teil des internationalen Worldsites Firmen-Netzwerkes, welches seit 1995 Internet-Marketing betreibt, unterstützt die Worldsites GmbH von Rotkreuz (ZG) aus Unternehmen im deutschsprachigen Raum dabei, über das Internet Umsatz zu generieren. Worldsites ist in 87 Ländern tätig und legt seit 1997 einen Schwerpunkt darauf, die Kunden zu den relevanten Begriffen auf Toppositionen in Suchmaschinen wie Google™ zu bringen. Auf Basis der internationalen Erfahrungen werden auch Besucherverhalten und Internetauftritte analysiert sowie der online-Verkauf und die Neukundengewinnung gefördert.