



SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Mit Google den Umsatz steigern

Wozu Neukunden suchen, wenn diese doch in der Sekunde angesprochen werden können, in der sie Interesse haben? Da beim Suchmaschinen-Marketing der Schritt vom Kunden und nicht vom Unternehmen ausgeht, erhöht dies die Chance zu Mehrumsatz enorm! Die Erfahrung hat gezeigt, dass diese Form von Marketing effizient und günstig ist – solange man sich an gewisse Regeln hält.

AUTORIN: DANIELLE MEYER

Im Gegensatz zu anderen Marketing-Massnahmen werden potenzielle Neukunden beim Suchmaschinen-Marketing genau in dem Moment angesprochen, in welchem sie aktiv auf der Suche nach einem Anbieter, einer Information oder Problemlösung sind. Die Tatsache, dass der erste Schritt vom Kunden und nicht vom Unternehmen ausgeht, erhöht die Chance zu Mehrumsatz enorm – und dies zu einem Return on Investment, wie er nirgendwo sonst mehr anzutreffen ist.

Kundensprache sprechen

Häufig wird ein Internetauftritt mit einer Visitenkarte verwechselt. Unternehmen präsentieren sich von Ihrer goldigen Seite, zählen auf, was sie alles können und anbieten. Dabei geht häufig das Anliegen des Kunden vergessen.

Ein Besucher, der auf einen Internetauftritt gelangt, muss nicht nur abgeholt, sondern auch in höchstens acht Sekunden überzeugt werden. Er muss sich wohl und betreut fühlen, auf seine Bedürfnisse muss explizit eingegangen werden. Zudem ist es von Bedeutung, dass der Inhalt einer Seite nicht aus reinem

Fachchinesisch besteht. Fachspezifische Begriffe sollten verständlich erläutert werden.

Dasselbe gilt, wenn man den Internetauftritt für die Suchmaschinen optimieren möchte. Nur wer bei denjenigen Suchbegriffen zu oberst erscheint, die von den eigenen potenziellen Kunden tatsächlich eingegeben werden, hat auch die Möglichkeit, mit Hilfe von Suchmaschinen an Neukunden zu kommen. Die Internet-Marketing Firma Worldsites ist ein Spezialist auf dem Gebiet „Kundensprache erkennen“. Beat Z’graggen, Geschäftsführer Worldsites: „Die Kundensprache zu analysieren ist die Basis jeder wirkungsvollen Suchmaschinen-Optimierung. Man muss das Potential eines Suchbegriffes kennen, bevor man Zeit und Geld in ihn investiert.“ Hat man sich jedoch erst einmal die Mühe gemacht, auf die richtigen Suchbegriffe zu setzen, wird dieser Aufwand auch Früchte tragen.

Die Firma für Internet-Marketing aus Rotkreuz geht aber noch weiter. Zahlreiche Besucher allein reichen noch nicht aus, um mit dem Internetauftritt hohe Umsatzzahlen zu erzielen. Sie müssen auch Bestellungen vornehmen beziehungsweise Kontakt aufnehmen. „Mit 10 Jahren Erfahrung auf dem Gebiet Internet-Marketing ist unser diesbezügliches Know-how sehr gross. Wir beraten unsere Kunden auf ihrem Weg zu höherem Umsatz persönlich und kompetent, bis sie ihre gesteckten Ziele erreicht haben“, so Z’graggen.

Einige dieser gemachten Erfahrungen hat die Firma für Internet-Marketing auf ihrer Homepage veröffentlicht.

In der nächsten Ausgabe von Blickpunkt KMU: Wer sich mit tausend Google Technikern anlegt, bewegt sich auf dünnem Eis!

KONTAKT

Worldsites GmbH
Lettenstrasse 7
6343 Rotkreuz
Tel.: 041 799 80 99
www.worldsites-schweiz.ch



Im Interview: Beat Z’graggen
(Tel. 041 799 80 91,
bz@worldsites-schweiz.ch)
ist Geschäftsführer der
Worldsites GmbH.