

Damit die Suchmaschine Sie findet

Es gibt ungefähr 11 Milliarden Websites. Vielleicht auch ein paar mehr. In diesem Meer gefunden zu werden, ist die Herausforderung. Suchmaschinen-Optimierung ist eine Antwort. Die INM Inter Network Marketing AG weiss, wie man das macht. Denn reine Werbung im Internet ist oft rausgeworfenes Geld.

■ Nehmen wir einmal ein paar abschreckende Beispiele. Wer in der NZZ Online bei einem aktuellen Artikel über die Belagerung der Roten Moschee in Pakistan bis zu den Google-Anzeigen hinunterscrollt, findet eine Werbung für «Original deutsche Hobel». Autsch. Oder unlängst wurde ein Artikel über den deutschen Linkspolitiker Lafontaine mit der Werbung eines, ist ja irgendwie auch logisch, französischen Herstellers von Springbrunnen verziert. Hoppla.

Auch bei Google selbst finden 80 Prozent der Investitionen in die Anzeigenliste rechts statt, unbeirrt von der Tatsache, dass 70 Prozent aller Suchenden auf eines der ersten zehn Suchergebnisse links klicken. Allerdings: An Google führt zurzeit kein Weg vorbei, wenn man via Suchmaschinen-

Marketing auf seine Firma aufmerksam machen will. Laut WEMF liegt die Reichweite von Google in der Schweiz bei über 80 Prozent, weit abgeschlagen folgen search.ch und msn.ch mit etwas über 35 Prozent. Natürlich möchte Google den Benutzern möglichst sinnvolle Suchergebnisse präsentieren, hier findet eine Schlacht zwischen Abwehrmassnahmen von Google und mehr oder weniger gekonnten Optimierungsmassnahmen statt. Unvergessen das Beispiel, als BMW Anfang 2006 von Google gänzlich rausgeworfen wurde, weil eine Optimierungsfirma etwas falsch gemacht hatte. Seither gibt es den warnenden Hinweis von Google: «Einige Betreiber versuchen, einen Seitenrang durch bezahlte Links, die auf ihre Website verweisen, zu kaufen. Das verstösst gegen unsere Qualitätsrichtlinien.» Das war der Anfang vom Ende der Linkfarms.

Hinzu kommt, dass die Generierung von grossem Traffic auf der Website, allerdings von Besuchern, die gar nicht dahin wollten, zwar statistisch schön, aber geschäftlich unsinnig ist. Eine richtige und sinnvolle Suchmaschinen-Optimierung ist daher eine ganzheitliche Aufgabe, die einiges an Know-how voraussetzt. Oft wird beim Erstellen einer Website nur ungenügend berücksichtigt, dass

■ Firmenporträt

Philipp Sauber ist Verkaufs- und Marketingleiter. Die INM Inter Network Marketing AG bietet seit 1995 als Full-Service-Agentur im Bereich neue Medien ein umfassendes Angebot für massgeschneiderte Weblösungen und messbares Online-Marketing. Und das mit transparenten Budgets und professionellem Projekt-Management. Über 30 Fachspezialisten erarbeiten mit unseren Kunden individuelle Lösungen, die in renommierten Firmen im In- und Ausland zum Einsatz kommen. Für Ihren betriebswirtschaftlichen Erfolg setzen wir unser ganzes Know-how ein.



Besuchen Sie uns auf www.inm.ch.

der schönste Internet-Auftritt nichts nützt, wenn niemand hinschaut.

Eine Optimierung mit Analyse, die technisch richtige Positionierung entsprechender Keywords, zudem eine mass- und sinnvolle Verlinkung der Website sind die erste Massnahmen. Natürlich führen gute Positionen bei den Suchmaschinen im Rahmen eines grösseren Werbemix noch zu mehr Aufmerksamkeit.

Dabei darf man aber auch nicht vergessen, dass ein potenzieller Kunde, der den Weg auf die Website gefunden hat, nur dann hängen bleibt und eventuell sogar seine Adresse hinterlässt, wenn der Aufbau und der Inhalt seinen Bedürfnissen entsprechen, eine weitere Massnahme, die unbedingt zum Aufgabenbereich einer richtig gemachten Suchmaschinen-Optimierung gehört. Genauso wie den anschliessenden Ausbau und die Pflege der so gewonnenen Kontakte, denn vom ersten Besuch auf der Website bis zum Abschluss eines Geschäfts ist es noch ein weiter Weg.

Wir könnten jetzt hier beliebig viele technische Beschreibungen auf Sie herunterregnen lassen, aber wir geben lieber ein konkretes Beispiel. Denn wer sich für die Dienstleistungen für «Suchmaschinen» interessiert, möchte in erster Linie wissen, ob sich darin investiertes Geld auch wirklich lohnt. Nun, überzeugen wir doch mit Leistung. Wer in google.ch den Suchbegriff «Suchmaschinen» eingibt, bekommt 1 040 000 Treffer angezeigt, die Anzeigenliste rechts gar nicht mitgezählt, aber dazu haben wir ja schon das Nötigste gesagt. Und auf Platz 1 und Platz 2 finden Sie das Angebot von INM. Noch Fragen? ■

Wo wird geklickt?

Organic listing versus AdWords



INM Inter Network Marketing AG

Klickrate: tief hoch

Quelle: simsa