

Suchmaschinen-Marketing | pr nord



Suchmaschinen lieben Text.
Eine Disziplin, in der wir schon lange sehr gut sind.

3	Suchmaschinen-Marketing.
4	Suchmaschinen. Facts.
5	Wie funktioniert Suchmaschinen-Optimierung?
6	Der erste Schritt. Analyse und Keywords.
7	Der zweite Schritt. Technik und Programmierung.
8	Dritter und vierter Schritt. Interaktion und Pflege.
9	Case study: Suchmaschinen-Marketing für Nelskamp.
10	Von Null auf 5: Nelskamp sorgt für „Schöne Dächer“.
11	Online & more.

Suchmaschinen-Marketing.



Suchmaschinen-Marketing ist der neue Star im Marketing-Mix. Enorme Zuwachsraten kennzeichnen dieses junge Kommunikations-Instrument.

Damit es Ihre Produkte oder Dienstleistungen in die begehrten Top 10 der Suchmaschinen-Listings schaffen, ist professionelle Optimierung notwendig. Denn die Datenbestände von Google, Yahoo & Co. sind inzwischen derart gewachsen, die Zahl der Mitbewerber so groß, dass nur Seiten eine Chance haben, die speziell auf die Erfordernisse und „Taktiken“ der Suchmaschinen zugeschnitten sind - allein Google hat viele Milliarden Internet-Seiten in seinem Index.

Suchmaschinen. Facts.



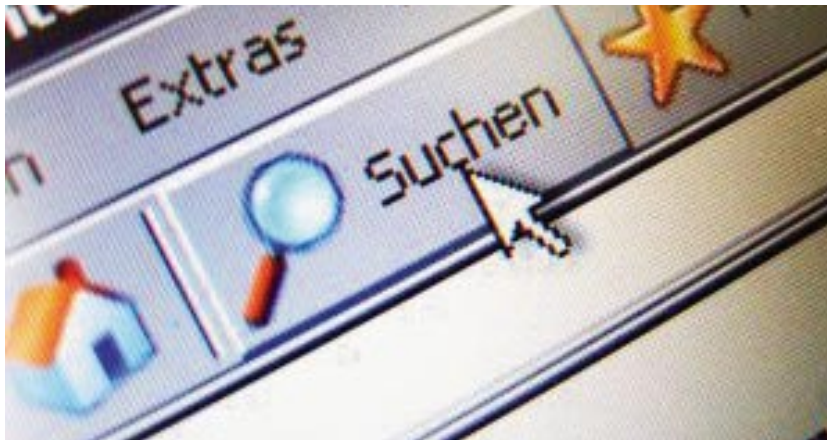
„61,4 Prozent der deutschsprachigen Internet-User suchen sehr gezielt nach Websites, nur 38 Prozent finden neue Websites durch Zufall beim Surfen. Suchmaschinen dienen einer großen Mehrheit von 86,1 Prozent der User als Recherche-Tool, gefolgt von Tipps von Freunden und Bekannten (56,7 %). Insbesondere Special Interest Websites werden von 94,7 Prozent der Befragten über Suchmaschinen gefunden“.

Fittkau & Maaß - Reports 2006

„Über 80% der Suchmaschinen-Anwender finden das, wonach sie suchen, innerhalb der ersten drei Ergebnisseiten. Kundenkontakte, die durch Suchen in Suchmaschinen zustande kommen, haben höchste Qualität und die größte Kaufwahrscheinlichkeit.“

Forrester Reports 2005

Wie funktioniert Suchmaschinen-Optimierung (SEO*)?



Ihre Website wird so organisiert, dass sie von Suchmaschinen als besonders wertvoll in Bezug auf ihren Content erkannt wird. Außerdem werden die Suchbegriffe, mit denen potentielle Kunden nach ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen, sinnvoll integriert.

Bei der Suchmaschinen-Werbung werden Text-Kampagnen, so genannte AdWords, auf der Suchergebnisseite eingeblendet. Klickt ein potenzieller Kunde darauf, wird u.a. im „Pay-per-Click Verfahren“ abgerechnet.

In beiden Fällen sind branchen-spezifische Content-Qualität bzw. prägnante Texte die wesentlichen Erfolgskriterien.

* „SEO“ Search Engine Optimization

Der erste Schritt. Analyse und Keywords.



Welche Worte bzw. Wortkombinationen geben Interessenten in die Suchmaschinen ein, um bestimmte Produkte zu finden?

Keyword-Analyse und -Recherche sind das Fundament der Suchmaschinenoptimierung. Da weder das Angebot des Unternehmens noch das Suchverhalten der Kunden konstant ist, funktioniert erfolgreiches SEO nur durch kontinuierliche Pflege und Kontrolle der Schlüsselbegriffe.

Als Kommunikationsagentur besitzen wir eine natürliche Affinität zum Thema Suchmaschinen-Marketing. Unsere Textkompetenz mit journalistischem Background ist die Basis für Ihren Erfolg im Netz.

Der zweite Schritt. Technik und Programmierung.



Die Website wird technisch und inhaltlich weiter entwickelt, um von den Suchmaschinen als Site mit hoher Relevanz gelistet zu werden. Das wird u. a. erreicht durch Erweitern, Verfeinern und Anreichern von Texten und Anpassung oder Bereinigung des HTML-Codes.

Weil die Sichtbarkeit im Internet heute wesentlicher Teil des Unternehmens-Images ist, sorgen wir für das prominente Listing in den Suchmaschinen. Es dokumentiert die Marktbedeutung von Produkten oder Dienstleistungen.

Der dritte und vierte Schritt.
Interaktion. Pflege.



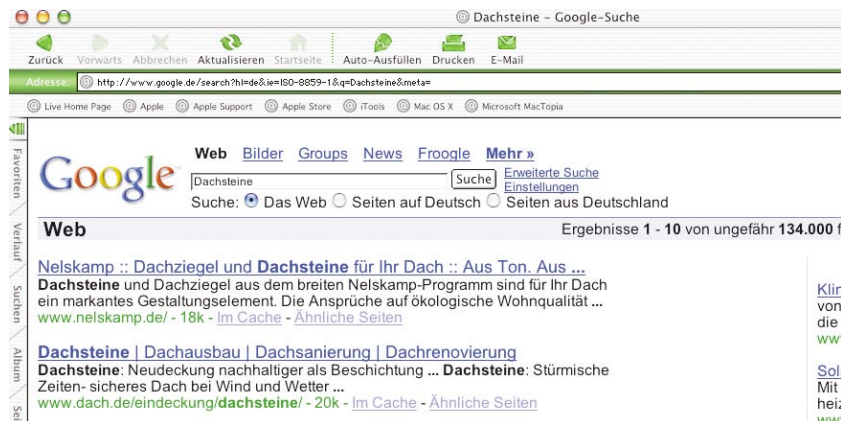
„Offsite-Optimierung“ - ein weiterer Baustein innerhalb der Suchmaschinen-Optimierung:

- kontinuierlicher Aufbau von Link-Partnerschaften
- Herausgabe informativer Dienste (Newsletter) und
- Kooperation mit anderen, performance-starken Sites innerhalb der Branche.

Durch branchen-spezifische Verweise aus dem Netz auf die eigene Website steigt wiederum der so genannte PageRank.

Kontinuierliches Feintuning und Pflege von Content und Verlinkungen sichert die Platzierung in den begehrten Top 10 der Suchmaschinen.

Case study: Suchmaschinen-Marketing für Nelskamp.



Aufgabe:

Im Rahmen unserer Kommunikations-Beratung für Nelskamp, einem der führenden mittelständischen Hersteller von Dachsteinen und Dachziegeln in Europa, verantwortet pr nord neben den klassischen Corporate Communications auch das Suchmaschinen-Marketing.

Arbeitsschritte:

- Analyse und Recherche des Ist-Zustandes sowie der Wettbewerbssituation
- Definition der relevanten Keywords
- redaktionelle und technische Abstimmung
- Linktausch und offensive Content-Pflege
- Parallel: offensive Online-Presse Arbeit in Branchen-Portalen
- Beteiligung an Diskussionen in Branchen-Foren

Ergebnis:

Unter dem Keyword „Dachsteine“ findet der potentielle Kunde Das Unternehmen Nelskamp mit seinen Produkten auf Platz 1 bei Google. Bei „Dachziegel“ wird das Unternehmen aktuell auf Platz 6 gelistet (KW 07/07).

Von Null auf 5: Nelskamps „Schöne Dächer“.



Auf der Homepage www.nelskamp.de werden regelmäßig aktuelle und informative Nachrichten zum Thema Dach angeboten - unter dem Begriff „Schöne Dächer“.

So wird die Wortkombination „Schöne Dächer“ von Nelskamp besetzt und transportiert damit die zentrale Produktbotschaft der Marke.

Nach kurzer Zeit erreichte der News-Bereich bei Google eine Platz in den Top 10 bei Google (KW 07/07).

Online & more.



pr nord ist eine Kommunikations-Agentur mit ausgeprägter technischer Expertise. Wir unterstützen Unternehmen und Verbände bei der erfolgreichen Umsetzung von Corporate Communications-Strategien.

Klienten aus Bauindustrie und Bautechnik, dem Maschinenbau und der Energiewirtschaft setzen auf unsere langjährige Erfahrung, die guten Kontakte zu Meinungsbildnern und Medien sowie unsere Fähigkeit, für Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen werthaltige Images zu schaffen.

Ist Ihr Unternehmen noch nicht unter den für Sie relevanten Suchbegriffen auf den ersten Ergebnisseiten präsent? Sprechen Sie mit uns und lassen Sie sich beraten.

Nutzen Sie dieses Potenzial für Ihr Unternehmen.



Wolfenbütteler Straße 39
38102 Braunschweig

Telefon: (05 31) 701010
Telefax: (05 31) 7010150

E-Mail: public@pr-nord.de
Internet: www.pr-nord.de

Antwortfax. Brief.

(0531) 7010150

pr nord corporate communications
Postfach 3752
38027 Braunschweig

Bitte senden Sie uns weitere Informationen:

Keyword-Potential-Analyse

Unsere Keywords: _____

Unsere Website: www. _____

Bitte vereinbaren Sie mit uns einen Termin

Terminvorschlag KW: _____

Name

Funktion

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail