



Webmarketing ist mehr als Linktausch

# Schnelleinstieg Webmarketing

**Neue Kunden gewinnen im Internet? Immer noch wichtigste Voraussetzung dafür, ist der überzeugende Webauftritt. Doch die Besucher kommen nicht von allein. Wir zeigen, wie Webmarketing wirklich funktioniert - und was Sie lieber bleiben lassen sollten.**

## 1. Die richtige Domain

Alles beginnt mit der Wahl der richtigen **Domain** (Adresse). Die sollte so **kurz** sein, dass sie sich jeder merken kann. Unverständliche Zahlen und Ziffernfolgen haben in der URL nichts zu suchen. Gleichzeitig sollte die Adresse Interesse wecken, und vielleicht auch noch einen sprechenden **Schlüsselbegriff** enthalten. Natürlich muss die Domäne noch verfügbar sein, und zwar am besten für .de und .com. Die besten Beispiele kennt jeder: bild.de, spiegel.de

„Die Domain sollte möglichst kurz sein!“

Eine Domain ist umso wertvoller, je kürzer sie ist und je geläufiger der Begriff. Mittlerweile ist es eine echte Herausforderung, noch freie Domains zu finden. Kunstvolle Zusammensetzungen wie [stuidvz.de](http://stuidvz.de) sind die Folge - aber nicht unbedingt weniger erfolgreich. Oft hilft es auch (noch) in andere Sprachen auszuweichen.

### **Web-Tipps:**

Domains testen: [www.seittest.de](http://www.seittest.de)

## 2. Der Inhalt

Sie sollten sich von drei Fragen leiten lassen: Was hat die Seite zu bieten,...

**...damit Besucher (am besten täglich) wiederkommen?**

**...damit Besucher die Seite Freunden empfehlen?**

**...damit Blogger/Journalisten darüber schreiben?**

Ganz klar, die eigene Firmengeschichte erfüllt meistens keines der drei Kriterien. Und auch viele andere Inhalte tun dies nicht. Ein guter Test für die Inhalte und das Thema besteht darin, die Webseite nach Fertigstellung an einige (beliebige) Blogger zu schicken - mit der Bitte darüber zu schreiben. Tun sie es freiwillig, dann hat die Seite Potential. Tun sie es nicht (auch nicht negativ), dann fehlt es der Seite an Zündstoff.

„Testen Sie das Thema mit einigen Bloggern!“

Blogger sind Menschen, die ihre Zeit damit verbringen, mehrmals wöchentlich über irgendwelche Dinge auf ihrem Blog zu schreiben. Das wäre nicht weiter interessant, wenn Blogger nicht vernetzt wären. Sie sind es aber: Findet einer eine interessante, kuriose Neuigkeit und schreibt darüber,

stürzen sich schnell alle anderen ebenfalls darauf - vorausgesetzt, der Köder schmeckt. Das wiederum bemerken die Suchmaschinen und plötzlich erscheint Ihre Seite ganz oben (jedenfalls zeitweise), weil der Blogger-Schwarm sie entdeckt hat. Ihre Seite sollte daher **Schlagzeilen** produzieren, die für Blogger interessant sind!

**Web-Tipps:**

Das Blogger-Netz: [www.technorati.com](http://www.technorati.com)

Die besten Blogs: <http://seittest.de/ranking/top100blog/>

### 3. Einfach und schnell

Ein tolles Layout ist für den Erfolg einer Webseite fast völlig **unbedeutend**. Weder kommen Besucher wieder, weil Ihre Webseite so schön ist, noch interessieren sich die Suchmaschinen dafür. Gutes Webdesign zeichnet sich durch **Schnelligkeit** und **Einfachheit** aus. Langsame Seiten sind die beste Methode, um Besucher zu vergraulen. Machen Sie ihre Seite schnell und einfach - und sie kopieren das erfolgreichste Geschäftsmodell, das es bisher im Internet gegen hat: google.com

„Machen Sie Ihre Seite einfach und schnell!“

**Web-Tipps:**

Usability (Nutzerfreundlichkeit) testen: [www.seittest.de](http://www.seittest.de)

### 5. Self-Marketing

Bevor Sie anfangen, für Ihre Seite in irgendeiner Art und Weise die **Werbetrommeln** zu rühren, sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Seite Besucher darin unterstützt, für sie zu werben, z.B. indem Besucher...

- ...die Seite per E-Mail an Freunde weiterempfehlen können
- ...einfach Online-Lesezeichen anlegen können
- ...sich Logos, Screensaver herunterladen können
- ...sich für Newsletter etc. anmelden können
- ...sich T-Shirts, Stifte etc. mit der URL bestellen können
- ...einen Feed oder Podcast abonnieren können

Denken Sie auch an die **Presse**. Stellen Sie Presseinformationen und fertige Texte auf Ihrer Seite zum Download bereit.

„Helfen Sie den Besuchern, für Ihre Seite zu werben!“

### 6. Die Initial-Zündung

Sie sind sich sicher, dass Ihre Seite einen echten Mehrwert für Besucher bietet, dass sie Schlagzeilen für Blogger liefert und dass Besucher sie gerne weiterempfehlen? Außerdem haben Sie alles dafür getan, um Besucher darin zu

„Ein gutes Marketing-Konzept fährt im ersten Monat deutlich mehr als 1000 Links ein!“

unterstützen, für ihre Seite Werbung zu machen? Gut, dann sollten das die Initialzündung sein:

- Schreiben Sie einige Pressemitteilungen und veröffentlichen Sie sie bei den diversen Pressediensten im Internet
- Legen Sie sich eine Reihe von (kostenlosen) Blogs an, und beginnen Sie über Ihre eigene Seite zu bloggen
- Gehen sie in thematisch passende Foren und Chat-Räume und machen Sie dort ihre Seite bekannt
- Drehen sie witzige (oder informative Videos) zum Thema Ihrer Seite und stellen sie sie in diverse online Plattformen ein
- Schreiben sie Blogger an, und bitte Sie sie über Ihre Webseite zu schreiben
- Bitte Sie anerkannte Webseiten, einen Link auf Ihre Webseite zu setzen
- Verteilen Sie Flyer, T-Shirts, Kugelschreiber etc. mit Ihrer URL

Innerhalb eines Monats sollten Sie nun eine ansteigende **Besucherzahl** wahrnehmen. Dabei gilt: Ja schneller die Besucheranzahl ansteigt, desto besser ist ihr Konzept. Das zeigt sich auch in der Anzahl der Links. Wenn das Konzept funktioniert, sollten Sie bereits innerhalb der ersten Wochen mehr als 1000 Links einfahren.

## 7. Suchmaschinen-Optimierung I: Links

Suchmaschinenmarketing sollte eigentlich **Google-Optimierung** heißen, denn 80-90% der Internetnutzer, verwenden Google. Wer bei Google bei populären Suchbegriffen ganz oben stehen, hat es geschafft. Doch wie kommt man bei Google unter die ersten 10 Treffer?

Das wichtigste **allgemeine** Bewertungsmaß ist für Google die Anzahl der Links, die auf eine Webseite zeigen. Jeder Link wird quasi als Empfehlung gewertet. Wobei Empfehlungen von anerkannten Seiten mehr zählen. Das Ziel jeden Webmasters ist es daher, möglichst viele Links von guten Seiten zu erhalten. Einige Webmaster zahlen auch gerne dafür - was Google jedoch immer wieder durch Verbannung vom Index bestraft. Google nennt die allgemeine Bewertung einer Webseite durch Zählen der Links auch PageRank. Ein hoher PageRank zeichnet Seiten aus, die von vielen **anerkannten** Seiten empfohlen werden.

„Links von anerkannten Seiten sind das A & O!“

Die allgemeine Bewertung einer Webseite wird schließlich mit der Übereinstimmung für den eingegebenen Suchbegriff multipliziert.

## 8. Suchmaschinen-Optimierung II: Key Words

Nicht erst, wenn man sich 10.000 oder mehr hochwertige Links erarbeitet hat, stellt sich die Frage, unter welchen Suchbegriffen man gefunden werden möchte. Je populärer die Begriffe sind, desto schwieriger wird es, in den Top-10-Treffern zu landen.

„Schlüsselbegriffe sollten insbesondere in den Überschriften vorkommen!“

Hat man einmal die wichtigen **Suchbegriffe** für sich identifiziert, sollte man darauf achten, dass diese auf der eigenen Webseite auch tatsächlich vorkommen und zwar am besten am **Seitenanfang** und in **Überschriften**. Und natürlich in den Links, die von anderen Webseiten auf die eigene Seite verweisen.

## 9. Bezahlte Werbung: Der Booster

Unter Umständen kann es sich lohnen, auch durch bezahlte Werbung auf die eigene Seite aufmerksam zu machen. Unterschätzen sollte man dabei nicht die Wichtigkeit von Werbung außerhalb des Internets!

### Web-Tipps:

Bezahlte Werbung: [adsense.com](https://adsense.com)

## 10. Besucher-Bindung

Wenn die Besucher einmal da sind und die Besucherzahlen von Monat zu Monat steigen, kann man damit beginnen, die Besucher langfristiger an die eigene Seite zu binden. Dazu eignen sich Diskussionsforen und Chaträume sehr gut - oder jedes andere Mittel, mit dem Besucher (untereinander) kommunizieren und selbst Inhalte erstellen. Dazu haben aber bei weitem nicht alle Besucher Lust. Die meisten Besucher suchen Informationen oder wollen etwas downloaden. Die wenigsten beteiligen sich aktiv. Communities lohnen sich daher nur für gut frequentierte Seiten.

„Nur relativ wenige Besucher beteiligen sich aktiv an Communities!“