

Online-Marketing
Digitale Medien als Werkzeug
in Kommunikation und Marketing

Suchmaschinenmarketing und Linkpromotion

Seminarbaustein: Media & Marketing
Mitteldeutsche Akademie für Marketing + Kommunikation, Magdeburg

Marcus Beyer, Halle (Saale)
www.marcusbeyer.de

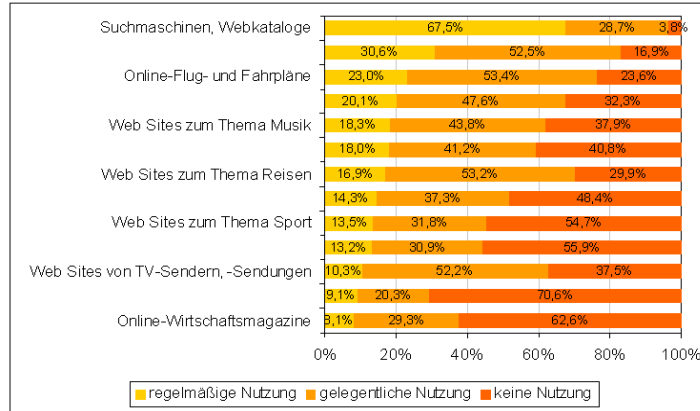
Website-Promotion



Web-Marketing – Website-Promotion

Suchmaschinen-Marketing – Nutzung der SM

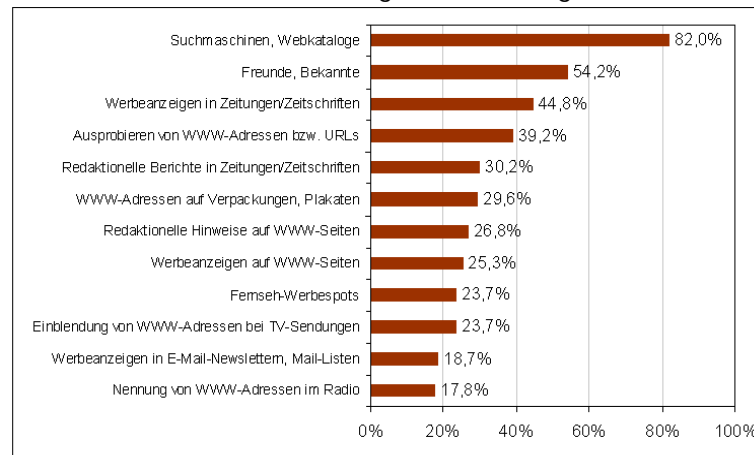
- Bedeutung der Suchmaschinen



© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion

- Suchmaschinen-Marketing – Bedeutung der SM



© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion

„Suchmaschinen“ Der falsche Sammelbegriff

- Wo Ihre Website gefunden werden muss:
 - Robot-getriebene, „echte“ Suchmaschinen und Agenten
 - Real Time und Peer-to-Peer Suchmaschinen
 - PPC-Suchmaschinen
 - Spezial-Suchmaschinen und Spezial-Kataloge
 - Meta-Suchmaschinen/SpezialMSM - Clustering
 - Web-Kataloge – Menschenwerk
 - Hybride – Mensch plus Maschine
 - Sonderfall Open Directory - Ende in Sicht?
 - Web-Guides, Web-Rezensionen
 - Datenbanken - Branchen, Produkte...
 - Linklisten auf „authoritativen“ Themen-Sites
- All in one - Kampf um die *Portale* (MSN, AOL, t-online..)

© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion

Die „echten“ Suchmaschinen – Oligopolisierung!

Wer steckt hinter wem?
Nur eine Handvoll sind wichtig!

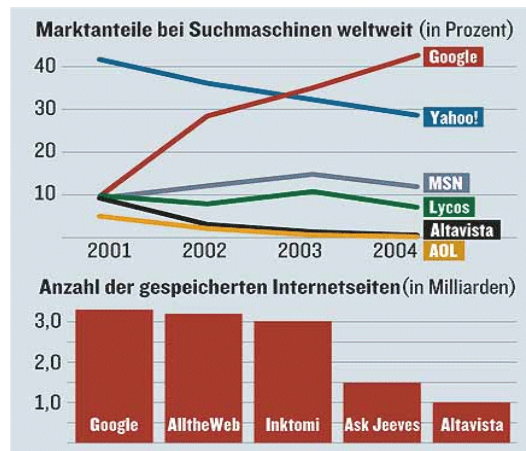


© Marcus Beyer, 2004



Web-Marketing – Website-Promotion

Die führenden Suchmaschinen und Kataloge



© Marcus Beyer, 2004



Web-Marketing – Website-Promotion

Die „echten“ Suchmaschinen – Algorithmen

- Wie die Suchmaschinen Seiten und Sites bewerten:
 - Keywords – Density und Platzierung
 - Semantische und Kontext-Analyse
 - Von Link zu Link „Linkpopularität“: Page Rank
 - „Hubs“, „Authorities“, „Web-Communities“
 - Link-Umgebung und Link-Texte
 - Interne Links
 - Hit-Popularität: Nur noch Hilfsfunktion - Alexa
 - Das „semantische Netz“ – Meta-Beschreibungen
 - Individualisierung und „lernende Suchmaschinen“
 - Regionalisierung: Suche in der Nachbarschaft

© Marcus Beyer, 2004

Website-Promotion

Suchmaschinen – Optimierung, Anmeldung, Monitoring

- Kampf um die Plätze – 10 Schritte nach oben
 1. Ist die Website Suchmaschinen-fähig? Accessibility
 2. Design-Blocks und ihre Umgehungen
 3. Schlüssel zum Erfolg: Schlüsselwörter und Suchphrasen – finden, gewichten – „Themen“
 4. Schlüsselwörter unterbringen – offen und versteckt
 5. Mehrzweckwaffen: Doorway-, Crawler -Pages, Microsites
 6. Links! Links! Links – Hubs, Authorities, Reputation
 7. Seiten anmelden – wie viele? wie oft? überhaupt??
 8. Platzierungen kaufen! Paid Inclusion, Paid Placement, Pay per Click – Media-Planung Online – Einfacher durch Oligopole
 9. Nicht mogeln!
 10. Monitoring und Konkurrenzanalyse

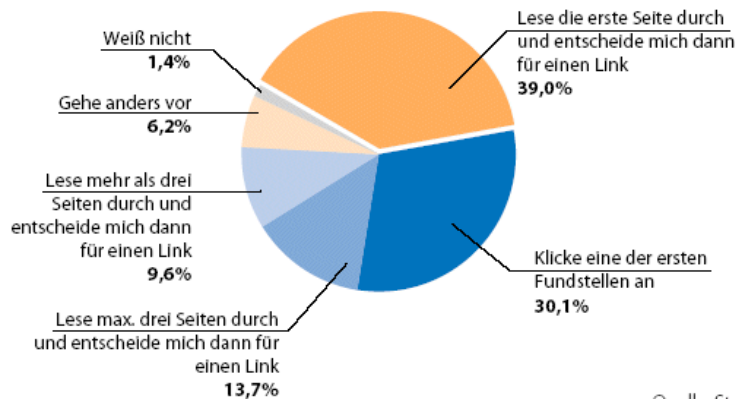


© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion

Suchmaschinen-Ziel: Platz 1-10

- Die Musik spielt vorn! Ab Platz 31: Ziel verfehlt!



© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion



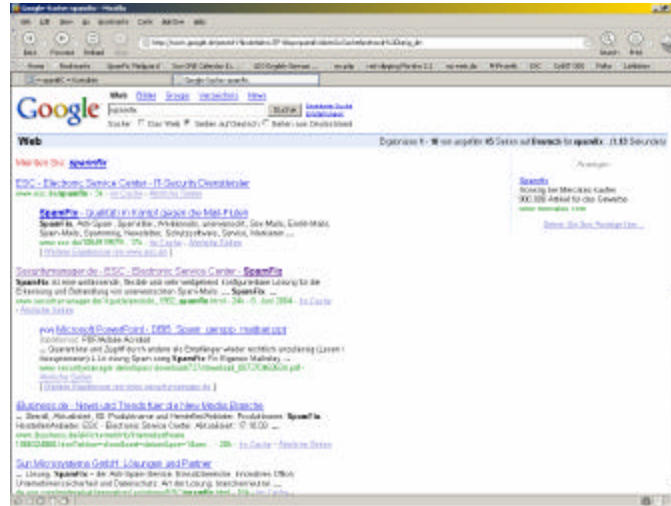
Web-Kataloge und Web-Portale

- Web-Kataloge in der Internet -Recherche
 - Können die allgemeinen Kataloge nur als umfassende Service-Portale überleben? Entleerung der Suchfunktion? Beispiel Yahoo! als Google-Konkurrent.
 - Dagegen gewinnen Spezial-Kataloge, virtuelle Bibliotheken, Datenbank-Services etc. an Bedeutung.
 - Kaum noch freie Einträge bei Katalogen möglich!
 - Eintragungs-Strategien – Mehrfach-Eintragungen
 - Wann lohnt sich ein bezahlter Eintrag? Funktion für das Suchmaschinen-Ranking! „Lieferungen“ an fremde Portale! Es kommt auf die Zielgruppe an.

Web-Marketing – Website-Promotion



Web-Marketing – Website-Promotion



© Marcus Beyer, 2004

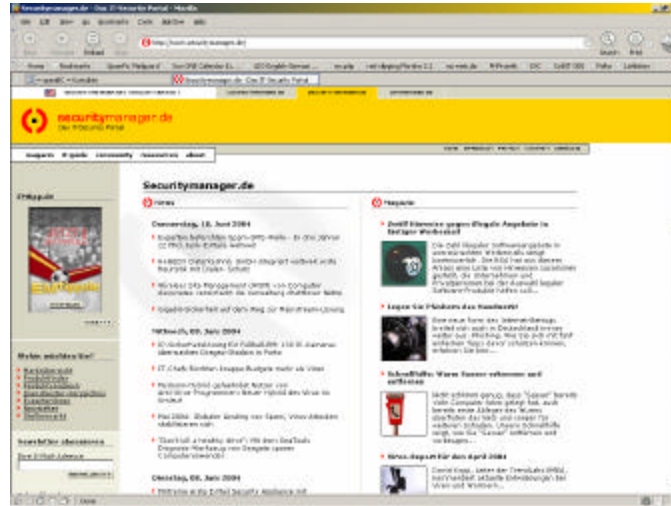
Web-Marketing – Website-Promotioecn

Spezial-Suchmaschinen, Spezial-Kataloge, Bibliotheken

- Suche nach Themen-Suchmaschinen, -Verzeichnissen, -Portalen
 - Suchmaschinen-Verzeichnisse (Beispiel: „Such-Index“)
 - Backlink-Analyse der Fach-„Authorities“
 - Verzeichnisse auf den relevanten Themen-Hubs
- Eintragungen in Themen-Suchmaschinen
 - In der Regel per Formular kostenlos möglich, sonst Dialog mit dem Webmaster
 - Bezahlte Einträge: Es wimmelt von Abzockern. Traffic-Analyse vor Geld ausgeben.

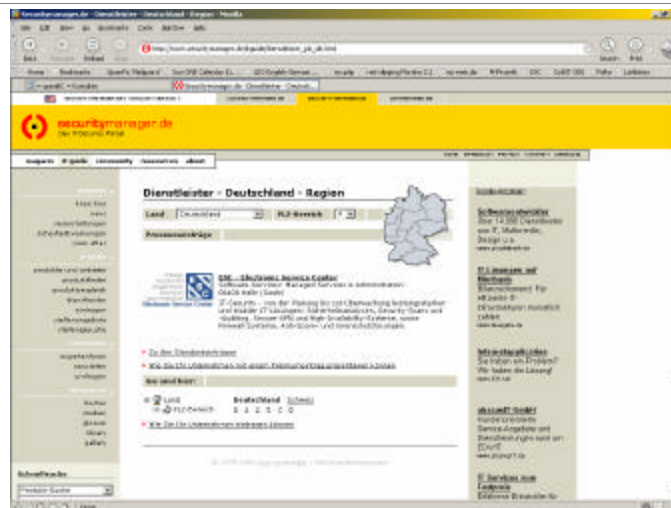
© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion



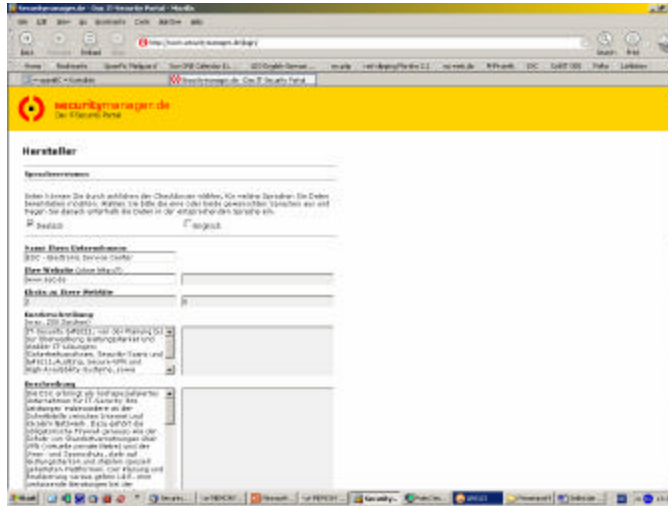
© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion



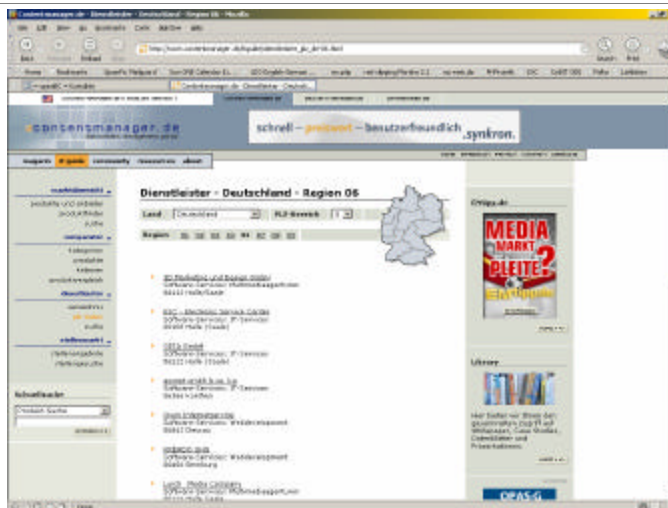
© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion



© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion



© Marcus Beyer, 2004

Web-Marketing – Website-Promotion



Und sonst noch wichtig – ein weites Feld!

Je nach „Geschäftszweck“ und Zielgruppen.

- Präsenz in...
 - ...Regionalen Such-Katalogen
 - ...Produkt-Suchmaschinen – Katalogen
 - ...Konsumenten-Portalen
 - ...Firmen- und Themen-Datenbanken
 - ...Branchen-Katalogen und Yellow Pages
 - ...Virtuellen Marktplätzen - eProcurement
 - ...Virtuellen Bibliotheken – Reference-Sites
 - ...Best-of-Verzeichnisse und Awards
 - ...führenden Weblogs, bei eigenem Weblog: in Weblog-Verzeichnissen und RSS-Readern

Web-Marketing – Website-Promotion



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt:

Marcus Beyer
Nickel-Hoffmann-Staße 16
06110 Halle/Saale

MobilCall & SMS: 0177-3228932
info@marcusbeyer.de

www.marcusbeyer.de



© Marcus Beyer, 2004