

Onlinemarketing

Ohne Onlinemarketing geht es heute kaum noch, denn es ist der Schlüssel zur optimalen Platzierung von Internetpräsentationen und -angeboten in den wichtigsten Suchmaschinen sowie zur schnellen und einfachen Erreichbarkeit für potenzielle Kunden.

Studien (Nielsen, 2004) belegen, dass etwa 80 % der User die relevanten Webseiten erst durch Suchmaschinen finden. In der Fülle von Webangeboten würde sich ohne Suchmaschinen heute keiner mehr zurechtfinden. Damit Interessenten und Kunden auch zu Ihren Produkten und Dienstleistungen gelangen, ist es wichtig, Ihre Webseite richtig online zu bewerben. Denn die beste Webseite bringt keinen Erfolg, wenn sie im World Wide Web nicht gefunden wird.

Laut Prognosen der EIAA (European Interactive Advertising Association) wird sich der Anteil der Onlinewerbung am gesamten Werbemittelaufkommen bis 2008 auf sieben Prozent erhöhen. Zurzeit verbringt der Deutsche im Durchschnitt 58 Minuten täglich im Internet und die Tendenz ist steigend. Zeitungen und Zeitschriften werden dagegen nur 28 bzw. 18 Minuten lang konsumiert.

Wir entwickeln für Sie ein Konzept rund um Ihre Onlinepräsenz zur optimalen Auffindbarkeit und Platzierung. expression unterstützt Sie bei der Positionierung Ihrer Internetseite, damit sie Ihnen einen klaren Wettbewerbsvorteil und somit finanziellen Erfolg bringt.

Die Maßnahmen

- Anzeigen in Suchmaschinen
- Einträge in Portalen und Verzeichnissen
- Newsletter per Mailversand
- Banner und andere Anzeigenformate
- Website-Optimierung für Suchmaschinen

können individuell und gezielt zu einem für Sie optimalen Konzept verknüpft werden.

1. Anzeigen in Suchmaschinen

Suchmaschinen bieten jedem Webseitenbetreiber die Möglichkeit bestimmte Begriffe zu buchen, bei deren Suchergebnissen seine Anzeige auf der Webseite der Suchmaschine erscheint. Im Allgemeinen bezahlen Sie nach dem pay-per-click-Verfahren. Das heißt, dass nur pro Mausklick auf Ihre Anzeige in der jeweiligen Suchmaschine ein vorher bestimmter Betrag anfällt. Dadurch bezahlen Sie nur für jeden wirklichen Interessenten, der Ihre Webseite auch besucht. Die Preise ergeben sich dabei aus einem Einstiegspreis, der bei hoher Nachfrage nach dem Auktionsprinzip erhöht wird.

expression bestimmt mit Ihnen zusammen optimale Suchbegriffe, die zu Ihrem Angebot passend erscheinen. Wir unterstützen Sie dabei die richtige Zielgruppe bestmöglich zu erreichen und schalten die Anzeigen. Darüber hinaus überprüfen wir für Sie regelmäßig die Entwicklung der Position, Einhaltung des Budgets und der geschätzten Besucherzahlen und passen diese bei Bedarf an.

Es gibt neben der eigentlichen Platzierung drei erfolgsentscheidende Einflussfaktoren für wirkungsvolle Anzeigen:

- **Begriffauswahl:** Es muss eine Balance zwischen allgemeinen und speziellen Begriffen gefunden werden, ansonsten führen zu viele wertlose oder zu wenige Klicks zu Ihrer Webseite.
- **Anzeigentexte:** Texte müssen ansprechend und interessant sein, damit User geneigt sind Ihre Webseite zu besuchen.
- **Preis:** Der Preis pro Klick sollte im Verhältnis zum Erfolg stehen. Um ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis zu bewahren, muss ermittelt werden wie viele Besucher einer Website zu Kunden werden. Daraus resultiert, wie viel für einen Klick investiert werden kann.

Wir arbeiten überwiegend mit folgenden drei großen Vermarktungsgesellschaften zusammen, um eine weite Reichweite zu gewährleisten:

Anbieter	Google	Overture	eSpotting
Position der Anzeige	Einbuchungen rechts in Kästen ("AdWords") oder vor den Suchergebnissen	Ergebnisse vor und nach den eigentlichen Suchergebnissen; mit Kennzeichnung z.B. als "Sponsored Links"	Ergebnisse vor und nach den eigentlichen Suchergebnissen; mit Kennzeichnung z.B. als "Sponsored Links"
Präsenz	Google-Netzwerk, Focus online, T-Online, max, on-Vista, tecchannel, AOL, Netscape, Lycos, CompuServe	Altavista, AOL, GMX, Lycos, MSN, web.de, Yahoo!	Freenet, Pro7, Sat1, Stern, Spiegel, web.de, Lycos, ftd.de, Allesklar, Fireball, bild.de, handelsblatt.com, Netscape, Ask Jeeves, Alltheweb
Einstiegspreis	0,05 Euro/Klick	0,15 Euro/Klick	0,10 Euro/Klick
Länder	76 Länder, 78 Sprachen	D, A, FIN, KR, J, I, S, E, F, IR, NL, CH, US, UK, NO, AU, DK	D, UK, I, NO, F, IR, E, S, DK

Darüber hinaus gibt es noch weitere Vermarkter, die teils nur einzelne Suchmaschinen betreuen.

Relevante Vorteile von Online-Anzeigen sind:

- Erreichen der optimalen Zielgruppe bei minimalen Streuverlust
- Geringe Kosten. Gebühren entstehen nur, wenn potenzielle Neukunden auf Ihre Anzeige klicken und Ihre Website besuchen
- Transparente Darstellung der Kosten und Klicks
- Eigene Bestimmung der Suchbegriffe – Sie entscheiden an welcher Position Sie gefunden werden bzw. wie viel Sie für einen Klick bezahlen wollen.
- Änderung der Position Ihrer Sucheinträge in Echtzeit – Kampagnen können schnell und flexibel gestartet und erweitert werden
- Über Tagesbudgets können Sie die Maximalausgabe festlegen
- Direkt messbarer Erfolg

Aufgrund des variablen Budgets und des geringen Streuverlustes sind Anzeigen in Suchmaschinen für Unternehmen jeder Größe interessant.

2. Einträge in Portalen und Verzeichnissen

Bei Portalen handelt es sich um virtuelle Marktplätze, die der Absatzförderung dienen. Es gibt beispielsweise Internet-Plattformen für den Online-Handel mit Produkten und Dienstleistungen. Strukturiert sind die kommerziellen Plattformen meist nach Branche oder Region. Sie ermöglichen dadurch eine genaue und Zielgruppenorientierte Ansprache. Auch themenbezogene Mailinglisten und Diskussionsforen gehören zum Angebot vieler Plattformen. Portale können außerdem zur Recherche nach branchen- oder regionalspezifischen Informationen, im Rahmen von Markt- und Konkurrenzanalysen, beitragen.

expression unterstützt Sie bei der Auswahl der für Sie relevanten Portale mit wirkungsvollen Informationsangeboten. Wir recherchieren nach Erfolg versprechenden Plattformen, die Ihren Absatz gewinnbringend steigern und übernehmen für Sie den (teils kostenfreien, teils kostenpflichtigen) Eintrag in den wichtigsten Portalen sowie Aktualisierung Ihrer Daten.

Wir melden Sie darüber hinaus auf Erfolg versprechenden Informationsseiten und in wichtigen Newsgroups an. expression recherchiert für Sie nach potenziellen Partnern zum Linkaustausch, damit Ihre Webseite eine optimale und Ihrem Image gerecht werdende Verbreitung erreicht.

Um immer eine Top-Position in wichtigen Link- und Mailinglisten zu gewährleisten, steht Ihnen expression zur Seite. Regelmäßige Aktualisierung und Kontrolle der Einträge führen wir qualifiziert für Sie durch.

Es gibt drei erfolgsentscheidende Einflussfaktoren für Einträge in Portalen:

- **Gestaltung:** Weckt die Gestaltung Interesse und spricht sie meine Zielgruppe an?
- **Inhalt:** Ist der Inhalt für meine Kunden interessant? Stimmt das inhaltliche Umfeld?
- **Personalisierung:** Ökonomisch bietet die Nutzung personalisierter Profile viele Vorteile für Anbieter und Nutzer

Portaleinträge können folgende Vorteile für Ihre Internetseite und Sie ergeben:

- Reichweitensteigerung: Kunden finden ohne großen Aufwand Angebote der für sie interessanten Produkte oder Leistungen
- Interessiertes Publikum findet schnell zum Angebot
- Möglichkeit des direkten Kundenkontakts
- Beleben des Geschäftsverkehrs zwischen Unternehmen: Business-to-Business (B2B)
- Höherer Traffic auf der eigenen Webseite
- Anzahl der externen Links dient Suchmaschinen als Relevanz-Kriterium
Je mehr externe Links, desto besser die Position in den Trefferlisten

3. Newsletter per Mailversand

Online-Newsletter (Versand als E-Mail) bieten Ihnen die Möglichkeit eine genau selektierte Zielgruppe direkt über Neuigkeiten aus Ihrem Unternehmen zu informieren. Von Produktnews über Serviceleistungen bis hin zu personellen Veränderungen können sie alles, was Ihre Zielgruppe interessiert, mitteilen.

Newsletter eignen sich besonders zu Darstellung und Aufarbeitung von bestimmten Themenbereichen und sollten sich jeweils um ein Hauptthema drehen. Dazu sollten aktuelle Informationen und Wissen in angenehm lesbaren, übersichtlichen Texten angeboten werden. Infotainment spielt dabei eine immer wichtigere Rolle. Der Erscheinungszeitraum eines Newsletters ist meist von der Branche oder dem Unternehmen selbst abhängig.

Wir unterstützen Sie bei der Konzeption und Gestaltung eines für Ihre Kunden interessanten und Mehrwert bietenden Newsletters. Seien sie präsent und informieren Sie Ihre Kunden regelmäßig über wichtige Veränderungen und neue Angebote. expression gestaltet Ihren Newsletter sowohl textlich als auch bildlich. Gerne verwalten wir für Sie die Abonnenten-Datenbank und koordinieren den Versand. expression bietet Ihnen auch gern ein eigenes Onlinetool an, mit denen Sie die Erstellung und den Versand der Newsletter selbst übernehmen können.

Es gibt drei entscheidende Einflussfaktoren für den Erfolg eines Newsletters:

- **Inhalt:** Es sollten nützliche und vor allem aktuelle Zusatzinformation geboten werden
- **Textliche und bildliche Gestaltung:** Sind Formulierungen für die Zielgruppe verständlich? Spricht die Gestaltung die Zielgruppe an und bewegt sie sie zum Weiterklicken auf die Webseite?
- **Länge des Newsletters:** Bis zu einer Seite (DIN A4 Format bei Ausdruck) – mehr ist auch ein interessierter Leser nicht geneigt während der Arbeitszeit aufzunehmen

Deutliche Vorteile von Newsletter sind:

- Regelmäßige Präsenz bei der Zielgruppe
- Zielgruppengenaue und effektive Ansprache
- mehr Klicks auf die Internetseite durch Verlinkung der Artikel
- Vertrauensbildung durch Bereitstellung von Fachinformationen
- Regelmäßige News lassen Interessenten immer wieder Ihre Webseite besuchen

Drei Aspekte sollten in einem Newsletter enthalten sein:

1. Zielgruppengerechte Information zu aktuellen, interessanten und populären Themen
2. Verknüpfungen zum aktuellen Thema
3. Gastartikel eines Experten zum Thema, bzw. Links zu Gastartikeln, die im Newsletter kurz vorgestellt werden

4. Banner und andere Anzeigenformate

Die beliebtesten und auch erfolgreichsten Werbeformen der Onlineanzeigen reichen von Bannern über Flash-Layer bis hin zu kleinen Videoclips, sogenannte Streams.

Dabei gewinnen sie aufgrund der technischen Entwicklung immer mehr an Bedeutung und vor allem auch an Möglichkeiten. Der steigende Einsatz von DSL schafft immer mehr Spielraum bei der Gestaltung und dem Einsatz von Werbekampagnen im Internet. Trotzdem sind der Kreativität noch Grenzen gesetzt, da bisher nur 6,6 Prozent der deutschen Haushalte über DSL verfügen.

Onlineanzeigen sind weit verbreitet, erfahrungsgemäß stellen sie – im Vergleich zu den anderen hier vorgestellten Instrumenten – allerdings den geringsten kurzfristigen Nutzen dar (sie sind für den User offensichtlich als Werbung zu erkennen) und sind recht kostenintensiv. Außerdem gilt auch hier „Weniger ist manchmal mehr“. Onlineanzeigen können sich schnell als störend erweisen und müssen daher mit Bedacht eingesetzt werden.

Der Preis ergibt sich dabei einerseits aus der Art und Größe der Anzeige, andererseits aus dem Bekanntheitsgrad der Seite und dem Grad der Zielgruppenübereinstimmung zwischen Werbeträger und Werbebotschaft.

Wir koordinieren für Sie die Platzierung gestalteter Onlineanzeigen bei den für Sie relevanten Portalen und zielgruppenorientierten Webseiten.

Bei der Schaltung von Onlineanzeigen ist zu beachten:

- **Position:** Die jeweilige Werbeform muss optimal auf der Webseite platziert werden.
- **Blickkontakt:** Je nach Werbeform kann man mit zwischen 0,3 bis 3 Sekunden Blickkontakt rechnen – somit gilt: Auffallen und zwar so schnell wie möglich.
- **Frequenz:** Weniger ist manchmal mehr – lieber weniger oft penetrieren, aber dafür auffallend und ansprechend

Die Vorteile von Onlineanzeigen sind:

- Schnelle und konkrete Beurteilung der Wirkung einzelner Kampagnen
- Höhere Besucherrate der eigenen Webseite durch Klicks auf die Werbung
- Besondere Hervorhebung wichtiger Inhalte der eigenen Webseite
- Optimierte Zielgruppenansprache mit Hilfe von Targeting
- Effektives Branding-Tool

Im Detail gibt es folgende Formate:

4.1 Banner und Rich-Media-Banner

Banner sind – kurz gesagt – grafisch gestaltete Werbeanzeigen im Internet. Sie stellen ein beliebtes Marketing-Instrument dar, wobei Inhalt und Design exakt auf die Zielgruppe zugeschnitten sein müssen. In der Regel gilt: Je öfter der User den in Ihrem Corporate Design gestalteten Banner sieht, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass er sich die beworbene Seite merkt und bei Bedarf aufruft, auch wenn zur Zeit der Bannerschaltung nicht darauf zurückgegriffen wird.

Um sich von den Standardbannern (468 x 60Pixel) abzuheben gibt es mittlerweile die Möglichkeit sogenannter Superbanner mit 728 x 90 Pixeln. Trotzdem liegt die allgemeine Klickrate nur bei 0,5 - 0,8 Prozent. Eine höhere Wirksamkeit zeigen die Rich-Media-Banner. Dabei handelt es sich um animierte Banner, die trotzdem ohne Zusatzmodule wie z. B. Flashplayern auskommen.

Bei der Schaltung von Bannerwerbung ist zu beachten:

- **Position:** Ein Banner sollte auf einer Webseite oben in der Mitte platziert sein. Sind mehrere Banner auf einer Seite, ist der rechte Bildschirmrand, wegen des ersten Blickkontakts, zu bevorzugen.
- **Blickkontakt:** Man kann mit etwa unter einer Sekunde Blickkontakt des durchschnittlichen Users auf den Banner rechnen – auch hier gilt: So schnell wie möglich auffallen.

4.2 Pop-ups

Pop-ups zählen zwar immer noch zu den am meisten eingesetzten Werbeformen im Internet, befinden sich aber zunehmend auf dem absteigenden Ast. Von Ihrem Einsatz ist generell abzuraten, da viel User sicher eher belästigt fühlen und mittlerweile bei fast jedem Browser standardmäßig sogenannte Pop-up-Blocker installiert sind. So werden lediglich 50 Prozent der Pop-ups wirklich ausgeliefert. Trotzdem geht man davon aus, dass Nutzer, die vorher auf Pop-ups geklickt haben, weiterhin darauf gehen werden und wer sie vorher gemieden hat, hat jetzt einen Blocker aktiviert.

Die Vorteile von Pop-ups sind die verlockend günstigen Preise und die gute Positionierung von Zusatzinformationen.

4.3 Flash-Layer

Flash-Layer sind als Nachfolger der Pop-ups zu verstehen und ersetzen sie zunehmend. Sie legen sich beim Öffnen einer Webseite darüber und verschwinden nach zehn Sekunden wieder von selbst. Der Kreativität ist hier fast keine Grenze gesetzt. Flash-Layer sind dadurch wesentlich wirksamer

als Pop-ups und können auch noch unterhaltsam sein. Spielerische Elemente und Effekte wie kurze Werbefilme halten die Response-Rate auf der stattlichen Höhe von 15 bis 18 Prozent. Zur Zeit noch fehlende Flash-Layer-Blocker vereinfachen den Einsatz. Trotzdem muss auch hier mit Bedacht vorgegangen werden, da sonst die Blocker nicht auf sich warten lassen.

Vorteile sind definitiv die hohe Klick-Rate und die vielen Möglichkeiten Aufmerksamkeit zu wecken und individuelle Werbung zu schalten.

Nachteil der Flash-Layer ist, dass zur Anzeige ein Flash-Player auf dem User-Rechner installiert sein muss. Ist das nicht der Fall, erscheint nur ein weißes Feld, was der User nicht einmal wegeklicken kann.

4.4 Content Ads

Content Ads sind sogenannte Inselanzeigen mitten im redaktionellen Text von Informations- oder Portalseiten. Sie stören den User nicht im Lesefluss, da der Inhalt weiterhin sichtbar ist. Dadurch erregen sie natürlich auch etwas weniger Aufmerksamkeit, was aber bei einer Entsprechenden Gestaltung die Wirkung keineswegs beeinträchtigt. Content Ads sind folglich vergleichbar mit Anzeigen in Zeitschriften.

4.5 Wallpaper

Wallpaper-Anzeigen sind gleichsam unaufdringlich und aufmerksamkeitsstark. Sie erstrecken sich auf dem oberen Bereich und auf die Fläche neben dem redaktionellen Teil. Das heißt der Seiteninhalt befindet sich auf der Werbung wie ein Poster auf einer Tapete, daher der Begriff „Wallpaper-Anzeige“. Wichtig ist hierbei, dass die Anzeige zur Internetseite passt und nicht ein störender Eindruck entsteht.

Weitere Werbeformen sind die sogenannten Skyscraper – vertikale Großformatanzeigen im rechten Teil einer Webseite – und internettaugliche Videoclips, sogenannte Streams.

expression entwickelt Ihnen ein individuelles Konzept für eine optimale und wirkungsvolle Anzeigenkampagne im Internet. Die präzise Auswahl der Onlineanzeigen und eine erfolversprechende Gestaltung werden von uns verantwortungsvoll durchgeführt.

5. Website-Optimierung für Suchmaschinen

Aufgrund der Fülle von Onlineangeboten und der unendlichen Menge an Webseiten ist es wichtig aus der Masse hervorzustechen. Dazu dienen Suchmaschinen, die es ermöglichen anhand von Suchbegriffen relevante Internetseiten zu den gewünschten Themen schnell und einfach zu finden. Google, Yahoo! und viele weitere Suchmaschinen listen die Ergebnisse nach Relevanz auf. Dabei sollte sich Ihre Webseite unter den obersten Resultaten befinden. Frames und Redaktionssysteme erschweren dabei das Listing durch Suchmaschinen, stellen allerdings bei korrekter Programmierung kein Ausschlusskriterium dar.

Um die Chance Ihrer Webseite auf eine Top-Position zu steigern ist in der Regel eine Optimierung der Website notwendig. expression analysiert für Sie Ihre aktuelle Platzierung und optimiert Ihre Website-Programmierung für ein erfolgreiches Suchmaschinen-Ranking. Wir entwickeln für Sie eine optimale Lösung, um Ihre Chancen auf eine der oberen Positionen zu erhöhen. Dabei müssen Sie nicht auf Frames oder Redaktionssysteme verzichten. Wir erstellen mit Ihnen zusammen eine zielgruppenorientierte Liste von Keywords, damit potentielle Kunden schnellstmöglich den Weg zu Ihnen finden.

Beachten Sie Keywords! Unter Keywords versteht man Schlüsselwörter, die für Ihr Thema wichtig sind und Ihr Hauptthema treffend umschreiben. Die Keywords dienen Suchmaschinen dazu Ihre Webseite bei einer Suchanfrage nach Relevanz in der Ergebnisliste zu positionieren. Keywords sollten sooft wie möglich an verschiedenen Stellen wiederkehren. Wobei Wiederholungen in den Keywords der Meta-Daten von den Suchmaschinen im Allgemeinen ignoriert werden. Trotzdem gilt: je häufiger Schlüsselbegriffe auf der gesamten Webseite auftauchen, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Seite bei den Suchergebnissen gelistet wird, und das möglichst weit oben.

Was ist zu beachten? Aber alles wohlüberlegt, da sonst es sonst zur Einstufung zu Spam kommen kann.

- Keywords sollten an folgenden Orten zu finden sein:
 1. Im Domainnamen (z.B. <http://keyword.muster.de/>)
 2. Im Titel Ihrer Seite
 3. In den Meta-Tags
 4. In den Überschriften
 5. In den ersten Worten des Textes
 6. Bei Benennung von Links (Dateinamen)
 7. In Alt-Tags für Grafiken
 8. In der Navigation
 9. Sooft wie möglich im Text
- Redaktionssysteme und Frames erfordern besondere Maßnahmen, damit Suchmaschinen die Keywords auswerten können.
- Suchmaschinenoptimierte Sitemaps mit den wichtigsten Schlüsselwörtern bieten sich an, um die Listung in Suchmaschinen zu verbessern

Meta-Daten

Meta-Daten, auch Meta-Tags genannt, sind Angaben auf einer Webseite, welche diese charakterisieren. Dem Betrachter der Seite bleiben sie verborgen und dienen vornehmlich den Suchmaschinen. Auch in den Meta-Tags können Keywords aufgelistet werden. Diese sollten thematisch an Ihren Seiteninhalt gebunden sein und Ihr Angebot möglichst gut beschreiben.

Die wichtigsten Meta-Daten dienen der Inhaltsangabe Ihrer Seite. Ein kurzer, prägnanter und interessanter Text innerhalb der Meta-Tags erscheint als Ergänzung unter dem Titel in der Ergebnisliste der Suchmaschinen.

Wir bei expression bieten Ihnen konkret:

1. Optimierung der

- Keywords
- HTML-Struktur
- Meta-Tags
- Eingehenden Links
- Internen Links

2. Erhalten der Position durch

- Regelmäßige Kontrollen
- Aktualisierung der Keywords

3. Breite Platzierung durch umfangreiche Suchbegriffe

- Optimale Anzahl von Suchbegriffen
- Freie Verknüpfung von Suchbegriffen

4. Klick-Optimierung von der Ergebnisseite in Ihre Webseite

- Verlinkung innerhalb der Webseite
- Zu Suchbegriffen werden Zusatzinhalte zugewiesen
- Integration von Suchbegriffen in komplexe Satzstrukturen
- Seitenvorlagen, die der Optimierung für Suchmaschinen und Ihrem Corporate entsprechen
- Texte und Abbildungen, die in einer Datenbank den Suchbegriffen zugeordnet sind, werden eingebunden

Trotz aller intensiven Bemühungen können weder wir noch andere Agenturen eine verlässliche Garantie über den Erfolg der Siteoptimierung abgeben. Grundsätzlich wird sich das Ranking Ihrer Website verbessern, ob sie allerdings auf der ersten Trefferseite in den Suchmaschinen gelistet werden wird, bleibt ungewiss. Auf das Ranking der Suchmaschinen haben wir höchstens temporär Einfluss bzw. können es zur Vermarktung nutzen. Die Suchmaschinen ändern die Bewertungsverfahren ständig, um die Beeinflussung von Außen zu verhindern.