

5 Online Marketing Techniken, die Ihre Konkurrenz schon nutzt

Inhalte des eBooks

Dieses eBook zeigt Ihnen als Unternehmer, welche Online Marketing Techniken mittlerweile von immer mehr Unternehmen genutzt werden um sich einen Wettbewerbsvorsprung zu verschaffen.

1. **Suchmaschinenmarketing**
Vorsprung bei Google
2. **Zielorientiertes Design**
Vorsprung beim Vertrauensaufbau
3. **Benutzerfreundliches Design**
Vorsprung beim Halten der Besucher
4. **Externe Vertrauensverstärker**
Vorsprung durch Empfehlungen
5. **Erfolgskontrolle**
Vorsprung durch bessere Einsichten

Über gutado

gutado ist eine Internetagentur für Unternehmer, die einfach das Potential des Internets nutzen wollen. Konkret heißt das: Wir gestalten Webseiten, die Ihrem Unternehmen mehr Anfragen bringen.

Online Marketing

Im Online Marketing helfen Ihnen unsere Spezialisten möglichst viele, qualifizierte Besucher auf Ihre Webseite zu bekommen.

Webdesign

Bei unseren Webseiten vereinen wir Spezialisten aus den Bereichen Design, Programmierung, Texte und Fotografie um möglichst viele Besucher zu Neukundenanfragen umzuwandeln.

Vorwort

Wenn man es genau nimmt, ist Vertrauen das Wertvollste, was Sie als Unternehmen aufbauen können. Das **Vertrauen in die Leistungsfähigkeit und Qualität** bestimmt den Wert Ihrer Marke. Einige Unternehmen nutzen dabei schon etablierte Online Marketing Techniken, die dieses Vertrauen in Bestzeit und zu einem hohen Maß automatisiert aufbauen.

Die wesentliche Kennzahl für den Erfolg der Techniken ist die **Anzahl an Neukundenanfragen**, die Sie durch Ihre Internetpräsenz generieren.

Im Internet können **kleine Dinge** schon eine **große Auswirkung** haben. So lassen sich durch bestimmte Designelemente und bestimmte Wörter die Anfragen Ihrer Webseite schnell um 200-300% verdoppeln und verdreifachen.

Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen wertvolle und teilweise **direkt umsetzbare Hinweise**, wie Sie in Zukunft auch zu den digitalen Marktführern Ihrer Branche gehören können.

Johannes Benz & Torben Simon Meier
Gründer von gutado

Technik 1:

Suchmaschinenmarketing – Das Grundproblem

Warum eine Webseite keine Neukunden bringt

Vielen Unternehmen ist eine wichtige Tatsache noch nicht bewusst: Auch eine noch so gute Internetseite bringt ohne Besucher keine neuen Kunden.

Google ist das Internet

In Deutschland hat Google fast 95% Marktanteil bei den Suchmaschinen. Google ist daher gleichzusetzen mit dem Internet.

80% der Webseiten sind praktisch unsichtbar

Es gibt maximal 17 nicht bezahlte Suchergebnisse auf der ersten Google Seite. 90% der Suchenden bleiben auf der ersten Google Ergebnisseite. Das heißt: Ab der 2. Google Seite sind Sie für neue Kunden praktisch unsichtbar.

Werfen Sie den Verkaufsmotor an

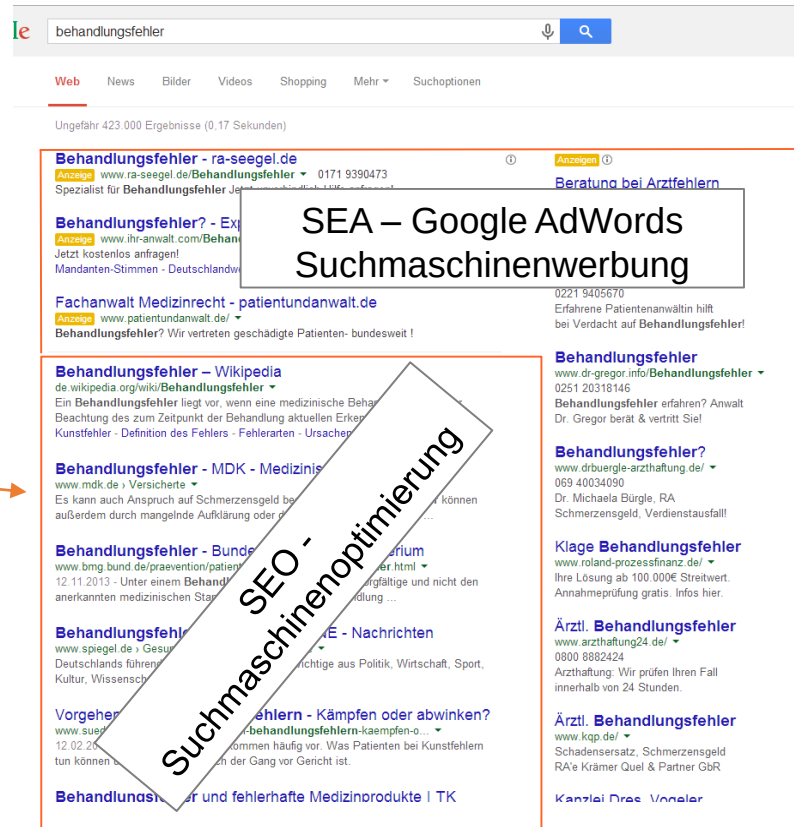
Um den Verkaufsmotor Ihrer Webseite anzuwerfen müssen Sie daher in den nicht bezahlten oder bezahlten Suchergebnissen auf der ersten Google Seite landen. In jedem Fall muss Ihre Webseite beworben werden!

SEO - Mühsam ernährt sich das Eichhörnchen

Um bei nicht bezahlten Suchergebnissen aufzutauchen nutzen einige Konkurrenten Suchmaschinenoptimierung (SEO). Jeder Dienstleister, der schnelle und prognostizierbare Ergebnisse verspricht, ist jedoch unseriös. Sie versuchen hier einen Konzern zu beeinflussen, welcher jährlich Milliarden in Forschung und Entwicklung investiert. 200-250 Kriterien gehen in den Software-Algorithmus mit ein.

Technik 1: Suchmaschinenmarketing – SEO & SEA

Zwei Maßnahmen für mehr Sichtbarkeit



Mittelfristiger, unsicherer Aufstieg in nicht bezahlten Ergebnissen

Garantierter, schneller Aufstieg in bezahlten Suchergebnissen

Technik 1:

Suchmaschinenmarketing – SEO Maßnahmen

Relevanz als oberstes Kriterium

Google hat für seine Suchmaschine ein Ziel: Ein möglichst relevantes Ergebnis zur jeweiligen Suchanfrage des Nutzers zu liefern.

Die SEO-Relativitätstheorie

Wichtig zu wissen: Knapp darüber ist auch Platz 1. Um auf Platz 1 zu kommen, müssen Sie bei wichtigen Kriterien nur ein Stück besser sein, als der Zweitplatzierte.

Wonach suchen Ihre Kunden?

Als aller Erstes müssen Sie herausfinden, was Ihre wichtigen Suchbegriffe sind, die Ihr Angebot beschreiben. „Friseur Münster“ wird z.B. 2900 mal pro Monat gesucht. „Haarsalon Münster“ wird keine 10 Mal eingegeben.

Werden Sie zum Suchanfragen-Forscher

Um die richtigen Suchanfragen zu finden haben Sie folgende Möglichkeiten:

Fragen Sie Ihre Kunden, wie Sie Ihr Angebot suchen würden. Schauen Sie sich die Überschriften bei professionellen Wettbewerberseiten an. Lassen Sie eine professionelle Suchbegriffrecherche durch eine Agentur durchführen.

Empfehlung Nr. 1: Webseite = Suchanfrage

Sehr vereinfacht gesagt, benutzt Google zwei Kriterien um die Platzierung festzulegen. Als Maschine, scannt Google jede Webseite und filtert vereinfacht gesagt Suchbegriffe aus folgenden Elementen heraus:

Seitentitel, Beschreibungstexte, Überschriften und Texten

Benutzen Sie den wichtigsten Suchbegriff in jedem dieser Elemente.

Technik 1:

Suchmaschinenmarketing – SEO Beispiel

Angezeigtes Suchergebnis zu „Internetagentur Münster“

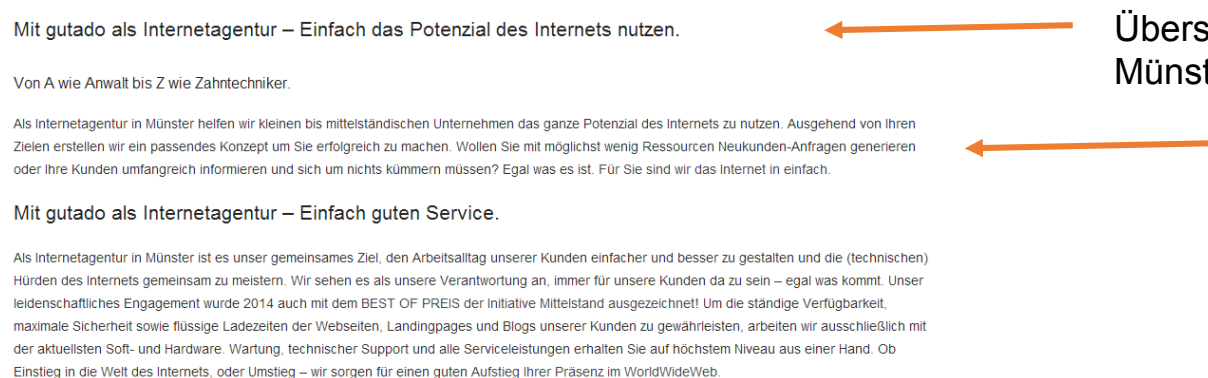


Webdesign & Online Werbung | gutado Internetagentur ...
gutado.de/ ▼
Von A wie Anwalt bis Z wie Zahntechniker. Als Internetagentur in Münster helfen wir kleinen bis mittelständischen Unternehmen das ganze Potenzial im Internet ...

Seitentitel „Internetagentur Münster“

Seitenbeschreibung
„Internetagentur Münster“

Zielseite nach Klick auf das Suchergebnis



Mit gutado als Internetagentur – Einfach das Potenzial des Internets nutzen.

Von A wie Anwalt bis Z wie Zahntechniker.

Als Internetagentur in Münster helfen wir kleinen bis mittelständischen Unternehmen das ganze Potenzial des Internets zu nutzen. Ausgehend von Ihren Zielen erstellen wir ein passendes Konzept um Sie erfolgreich zu machen. Wollen Sie mit möglichst wenig Ressourcen Neukunden-Anfragen generieren oder Ihre Kunden umfangreich informieren und sich um nichts kümmern müssen? Egal was es ist. Für Sie sind wir das Internet in einfach.

Mit gutado als Internetagentur – Einfach guten Service.

Als Internetagentur in Münster ist es unser gemeinsames Ziel, den Arbeitsalltag unserer Kunden einfacher und besser zu gestalten und die (technischen) Hürden des Internets gemeinsam zu meistern. Wir sehen es als unsere Verantwortung an, immer für unsere Kunden da zu sein – egal was kommt. Unser leidenschaftliches Engagement wurde 2014 auch mit dem BEST OF PREIS der Initiative Mittelstand ausgezeichnet! Um die ständige Verfügbarkeit, maximale Sicherheit sowie flüssige Ladezeiten der Webseiten, Landingpages und Blogs unserer Kunden zu gewährleisten, arbeiten wir ausschließlich mit der aktuellsten Soft- und Hardware. Wartung, technischer Support und alle Serviceleistungen erhalten Sie auf höchstem Niveau aus einer Hand. Ob Einstieg in die Welt des Internets, oder Umstieg – wir sorgen für einen guten Aufstieg Ihrer Präsenz im WorldWideWeb.

Überschriften mit „Internetagentur Münster“

Text mit „Internetagentur Münster“

Technik 1:

Suchmaschinenmarketing – Google AdWords

Empfehlung Nr. 2: Viele Stimmen für Ihre Seite

Immer noch das wichtigste Kriterium für Google sind sogenannte Backlinks. Dies sind Verweise von anderen Webseiten auf Ihre Webseite, z.B. als www.gutado.de. Je mehr desto besser und je wichtiger die anderen Webseiten desto besser.

Google AdWords: Der schnelle Aufstieg

Wer eine garantierte und schnelle Top-Platzierung anstrebt, kommt um Google AdWords nicht herum.

E-Bay für Suchanfragen

AdWords ist wie E-Bay nur für Suchanfragen. Sie bestimmen Ihre wichtigen Suchbegriffe, setzen ein Budget fest und was Sie maximal bereit sind zu zahlen.

And the winner is...

Am Ende einer Auktion erfahren Sie, was Sie tatsächlich an Budget verbraucht haben, auf welchem Platz Sie standen und wie viel Sie pro Klick auf Ihre Anzeige gezahlt haben.

2 entscheidende Unterschiede

Zu einer Printanzeige gibt es zwei wesentliche Unterschiede. Erstens zahlen Sie nur im Erfolgsfall statt pauschal. Zweitens sind Sie exakt im Moment der Angebotssuche präsent, statt Streuverluste von bis zu 99% hinzunehmen.

Schritt 1 ist geschafft, nun kommt Schritt 2...

Mit den oben beschriebenen Maßnahmen ist der Grundstein gelegt und Sie haben Besucher auf der Seite. Nun geht's um das Überzeugen.

Technik 2:

Zielorientiertes Design – Vertrauensbildende Elemente

2 entscheidende Erfolgskriterien

Wieso ist Webdesign eine Online Marketing Technik? Die Antwort ist einfach: Weil gutes Webdesign Ihre Besucher zu Neukunden-anfragen umwandelt. Um kontaktiert zu werden, benötigt es zwei Dinge: Vertrauen + gelenkte Aufmerksamkeit

Der Autopilot bestimmt die Richtung

Unser Bewusstsein kann 40 Bits pro Sekunde an Informationen verarbeiten. Unser Unterbewusstsein bearbeitet zeitgleich 10 Millionen Bits! Insbesondere visuelle Eindrücke werden unterbewusst verarbeitet. Innerhalb von 50 Millisekunden nimmt unserer Gehirn eine Bewertung der Webseite vor.

Profi-Design als notwendige Bedingung

Kennt ein Besucher ein Unternehmen noch nicht wird die Webseite als Ersatzkriterium herangezogen, wie zahlreiche Studien belegen. Qualität der Webseite = Qualität der Dienstleistung oder des Produkts.

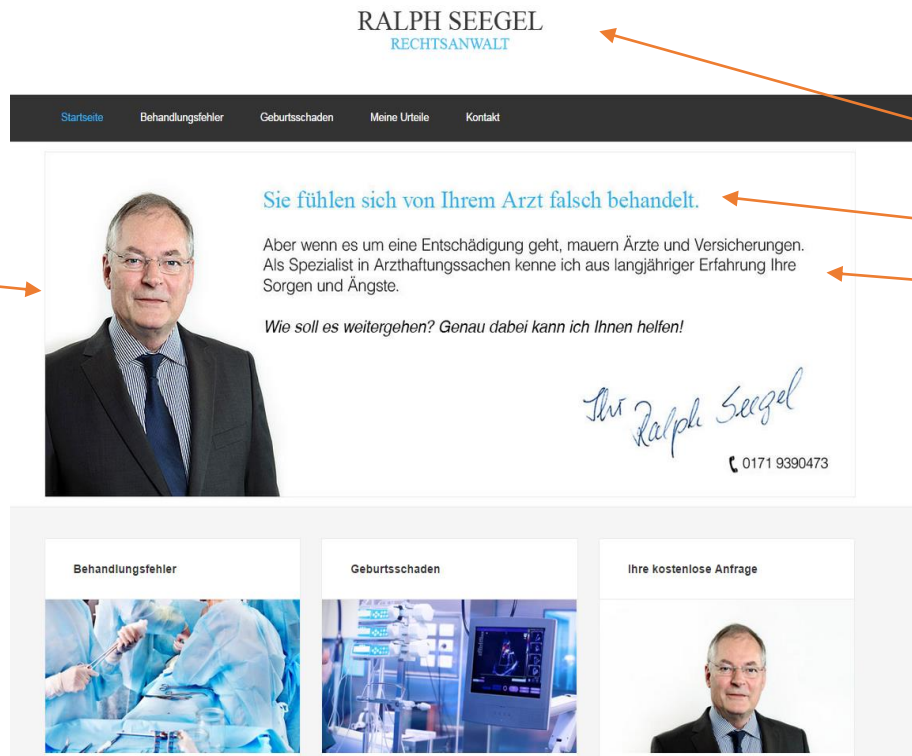
Ab wann wird es kritisch?

Neue Entwicklungen setzen sich im Internet in Rekordzeit durch. Aus unserer Erfahrung wirkt eine vier Jahre alte Webseite schon veraltet. Taktgeber sind große Internetunternehmen wie Google, Facebook, Amazon oder Apple.

Technik 2: Zielorientiertes Design - Vertrauensbildende Elemente

Beispiel für vertrauensbildendes Design

Professionelles
Portraitfoto
weckt
Vertrauen



Farben und
Schriften
strahlen
Seriosität &
Kompetenz aus

Technik 2:

Zielorientiertes Design – Vertrauensbildende Elemente

Grundvoraussetzung an Design

Jede Farbe und jede Schriftart transportiert unterbewusst ein anderes Gefühl. Nutzen Sie das Design daher bewusst um Ihrem Unternehmen eine klare Identität zu verleihen.

Der Design Grundsatz

Weniger ist mehr ist ein wesentlicher Designgrundsatz. Insbesondere da alle großen Internetunternehmen beispielsweise keine Schatten mehr einsetzen (sogenanntes „Flat Design“). Je weniger Effekte eingesetzt werden, umso besser lässt sich die Aufmerksamkeit des Besuchers auf wichtige Elemente lenken.

Geschäfte werden mit Menschen gemacht

Vertrauen entsteht zwischen Menschen. Eine Webseite ohne professionelle Portraitfotos der Mitarbeiter oder Teamfotos, verzichtet daher auf ein ganz wichtiges, vertrauensbildendes Element. Wir wissen von unserer eigenen Webseite, dass die Teamseite, die am häufigsten besuchte Unterseite ist.

Ihr Team in Aktion

Besonderes Interesse bei Ihrem Besucher wecken Bilder von Menschen in Aktion. Sie wirken wesentlich dynamischer und erregen erwiesenermaßen mehr Aufmerksamkeit. Professionelle Bilder erkennen Sie an einer guten Belichtung und meist an bewusst eingesetzten Unschärfen.

Technik 2: Zielorientiertes Design - Vertrauensbildende Elemente

Beispiel für ein professionelles Bild

Hohe
Belichtung
weckt positive
Emotionen



Aktionen wirken
interessanter und
Menschen
erhöhen die
Aufmerksamkeit

Technik 2:

Zielorientiertes Design – Handlungsaufforderung

Fordern Sie Ihre Besucher zum Handeln auf

Einer der wichtigsten Punkte, der bei der Konzeption der Webseite sehr häufig vernachlässigt wird, ist das eigentliche Ziel der jeweiligen Seite. Was soll der Besucher auf dieser Seite machen? Soll er einen Termin mit einem Außendienstmitarbeiter vereinbaren oder soll er weiteres Infomaterial anfordern? In den meisten Fällen soll er in irgendeiner Art Kontakt mit Ihnen aufnehmen.

Steuern Sie die Aufmerksamkeit

Beim Design wird jedoch vergessen, dass sich die Aufmerksamkeit durch gestalterische Elemente lenken lässt. Zunächst gilt es alle konkurrierenden optischen Reize, wie z.B. unnötige Bilder oder Farben, zu dämpfen oder zu eliminieren.

Klarer Aktionsbereich führt Besucher zum Ziel

Darüber hinaus gibt es folgende Punkte zu beachten:

Klar definierter Aktionsbereich: Es sollte einen einzigen Bereich geben, indem die Besucher mit Ihrer Seite interagieren können. Leichte farbliche Hervorhebungen erhöhen zusätzlich die Aufmerksamkeit.

Überschrift im Aktionsbereich: Was soll der Besucher im Aktionsbereich tun?

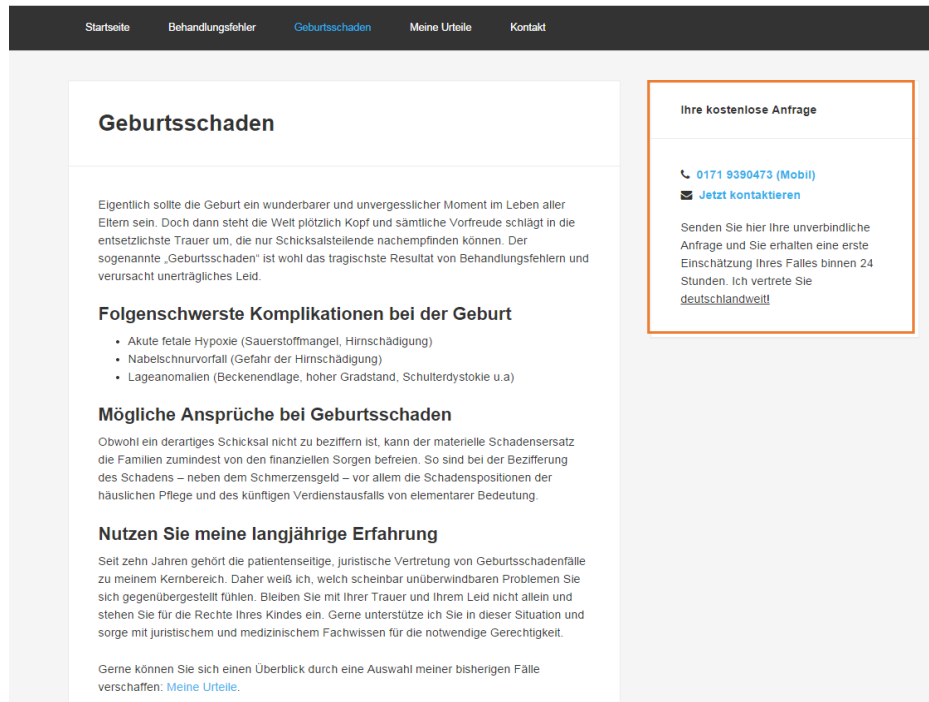
Klare Handlungsaufforderung: Was passiert als Nächstes, wenn Ihre Besucher die Aktion beendet haben. Was für Vorteile haben sie davon die Aktion durchzuführen?

Schritt 2 ist geschafft, gleich kommt Schritt 3...

In Schritt 3 erfahren Sie, wie Sie Besucher zum Bleiben bewegen.

Technik 2: Zielorientiertes Design – Handlungsaufforderung

Beispiel für einen Aktionsbereich



The screenshot shows a website with a dark navigation bar at the top containing links: Startseite, Behandlungsfehler, **Geburtsschaden**, Meine Urteile, and Kontakt. The main content area is titled 'Geburtsschaden' and contains several paragraphs of text, a bulleted list under 'Folgeschwerste Komplikationen bei der Geburt', and sections for 'Mögliche Ansprüche bei Geburtsschaden' and 'Nutzen Sie meine langjährige Erfahrung'. On the right side, there is a white box with an orange border titled 'Ihre kostenlose Anfrage'. Inside this box, there is a phone icon and the number '0171 9390473 (Mobil)', an envelope icon and the text 'Jetzt kontaktieren', and a paragraph of text: 'Senden Sie hier Ihre unverbindliche Anfrage und Sie erhalten eine erste Einschätzung Ihres Falles binnen 24 Stunden. Ich vertrete Sie deutschlandweit!'. An orange arrow points from the text on the right towards this box.

Startseite Behandlungsfehler **Geburtsschaden** Meine Urteile Kontakt

Geburtsschaden

Eigentlich sollte die Geburt ein wunderbarer und unvergesslicher Moment im Leben aller Eltern sein. Doch dann steht die Welt plötzlich Kopf und sämtliche Vorfreude schlägt in die entsetzlichste Trauer um, die nur Schicksalsteilende nachempfinden können. Der sogenannte „Geburtsschaden“ ist wohl das tragischste Resultat von Behandlungsfehlern und verursacht unerträgliches Leid.

Folgeschwerste Komplikationen bei der Geburt

- Akute fetale Hypoxie (Sauerstoffmangel, Hirnschädigung)
- Nabelschnurvorfall (Gefahr der Hirnschädigung)
- Lageanomalien (Beckenendlage, hoher Gradstand, Schulterdystokie u.a.)

Mögliche Ansprüche bei Geburtsschaden

Obwohl ein derartiges Schicksal nicht zu beziffern ist, kann der materielle Schadensersatz die Familien zumindest von den finanziellen Sorgen befreien. So sind bei der Bezifferung des Schadens – neben dem Schmerzensgeld – vor allem die Schadenspositionen der häuslichen Pflege und des künftigen Verdienstauffalls von elementarer Bedeutung.

Nutzen Sie meine langjährige Erfahrung

Seit zehn Jahren gehört die patientenseitige, juristische Vertretung von Geburtsschadenfällen zu meinem Kernbereich. Daher weiß ich, welche scheinbar unüberwindbaren Problemen Sie sich gegenübergestellt fühlen. Bleiben Sie mit Ihrer Trauer und Ihrem Leid nicht allein und stehen Sie für die Rechte Ihres Kindes ein. Gerne unterstütze ich Sie in dieser Situation und Sorge mit juristischem und medizinischem Fachwissen für die notwendige Gerechtigkeit.

Gerne können Sie sich einen Überblick durch eine Auswahl meiner bisherigen Fälle verschaffen: [Meine Urteile](#).

Ihre kostenlose Anfrage

☎ 0171 9390473 (Mobil)
✉ [Jetzt kontaktieren](#)

Senden Sie hier Ihre unverbindliche Anfrage und Sie erhalten eine erste Einschätzung Ihres Falles binnen 24 Stunden. Ich vertrete Sie deutschlandweit!

Klarer Aktionsbereich
lenkt Aufmerksamkeit
unbewusst auf die
Kontaktaufnahme

Technik 3:

Benutzerfreundliches Design - Der perfekte „Einstieg“

Perfekter Einstieg als Ziel

In 2-8 Sekunden hat Ihr Besucher die Entscheidung getroffen, ob er auf Ihrer Webseite fündig wird, bleiben will und auf weitere Seiten klickt. Insbesondere die Startseite gilt es daher zu optimieren.

Thematisch passendes Einstiegsbild

Der Besucher sollte auf den ersten Blick erkennen, was das Thema der Webseite ist. Das Bild sollte erstes Vertrauen oder Neugier wecken. Zusätzliche Neugier kann durch Bilder entstehen, die „durchlaufen“ oder wechseln (ein sogenannter Slider).

Ein Zeichen der Vergangenheit

Eine seitliche Navigation ist meist das klarste Zeichen, dass es sich um eine ältere Seite handelt. Der Besucher folgt jedoch einem Z-Muster beim Erstbesuch.

Horizontale Navigation als Standard

Als moderner Standard hat sich eine horizontale Navigation etabliert, welche nur bei umfangreichen Seiten um die Seitennavigation ergänzt wird.

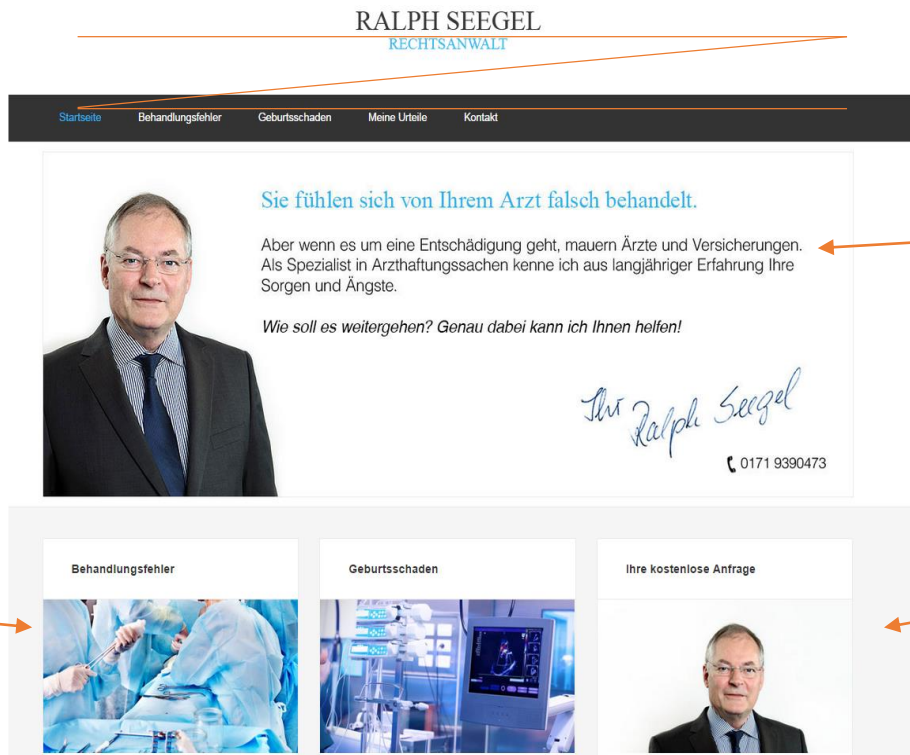
Tageszeitung als Musterbeispiel

Über Jahrzehnte haben Tageszeitungen sich an die menschliche Informationsaufnahme angepasst und diese gleichzeitig bestimmt. Sie sind das perfekte Beispiel für Bedienfreundlichkeit.

Technik 3: Benutzerfreundliches Design - Der perfekte „Einstieg“

Beispiel für benutzerfreundlichen „Einstieg“

Horizontale
Navigation
bedient
Z-Muster



350 Zeichen
Einführung

Thematisch
passende
Bilder

Verweis auf
weitere
Themen der
Seite

Technik 3:

Benutzerfreundliches Design – Der perfekte „Durchstieg“

Startseite als Titelseite

Genau wie bei einer Tageszeitung dient die Startseite vor allem einem: Einen Überblick zu geben und auf relevante Inhalte zu verweisen.

Das Wichtigste jedoch zuerst

Zuvor gilt es jedoch in 350 Zeichen zu beantworten, für wen Sie arbeiten und warum die Besucher gerade mit Ihnen zusammen arbeiten sollten.

Ihre Besucher lesen nicht

Das erste Ziel ist erreicht. Ihre Besucher bleiben und haben sich auf eine Unterseite durchgeklickt. Jetzt wollen sie erstmal keine Texte lesen, sondern Ihre Webseite scannen können.

Nutzen Sie gut strukturierte Texte

Genau wie bei der Tageszeitung handeln Ihre Besucher sich an den Überschriften und Unterüberschriften entlang und springen dann gezielt in die Absätze hinein, die von Interesse sind. Nutzen Sie daher viele Absätze und viele aussagekräftige Überschriften.

Die Gegenwart und Zukunft ist mobil

Egal ob in der Bahn, im Straßencafé oder auf einer Parkbank. Überall sieht man Personen über ihre Smartphones gebeugt. Mehr als jeder 2. Deutsche ist mobil im Internet. Im Jahr 2014 werden 37 Millionen Tablet-Verkäufe erwartet und 75% der neu gekauften Handys sind Smartphones. Der mobile Boom geht also weiter!

Technik 3: Benutzerfreundliches Design – Der perfekte „Durchstieg“

Ihre Besucher hassen das Zoomen

Ständiges Zoomen und Suchen, um passenden Informationen auf einer Webseite zu finden, sind für Ihre Kunden mühselig und unkomfortabel. Die bessere Webseite der Konkurrenz ist nur ein Klick entfernt.

Responsive Webdesign als Antwort

Neue Webseiten passen Ihre Inhalte und die Navigation mobilen Endgeräten, wie Smartphones und Tablets, automatisch an. Absprünge bei mobilen Suchen sind damit passé.

Schritt 3 ist geschafft, gleich kommt Schritt 4...

In Schritt 4 erfahren Sie, wie Empfehlungen das Vertrauen in Ihre Marke noch weiter steigern können.

Beispiel für Responsive Webdesign



Technik 4:

Externe Vertrauensverstärker – Kundenmeinungen

Lassen Sie Ihre Kunden sprechen

Laut einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Nielsen vertrauen 88% Ihren Bekannten und Freunden am meisten, gefolgt von 64%, die Online Bewertungen vertrauen. Klassische Werbung liegt hier nur bei 25%. Gleichzeitig belegt eine andere Studie aus den USA, dass 79% authentischen Online Empfehlungen genauso vertrauen, wie persönlichen Empfehlungen.

Spätestens nach Amazon, können Sie sich einen Online Shop ohne Kundenbewertungen vorstellen? Auf Unternehmenswebseiten hingegen wird diese Erkenntnis sträflich vernachlässigt und erst von einigen wenigen Unternehmen genutzt.

Je mehr Referenzen desto besser

Neben Kundenmeinungen sind die Logos Ihrer Referenzen hervorragend dazu geeignet um Vertrauen aufzubauen. Je mehr und desto bekanntere Marken Sie aufführen, desto besser. Allein durch eine Vielzahl an Referenzen ließen sich die Anfragen in einem Fallbeispiel aus den USA um 58% steigern. Je ähnlicher die Referenzen dabei Ihren Wunschkunden sind, desto besser. Verhaltensforscher wissen schon länger, dass wir uns durch Gleichgesinnte wesentlich stärker beeinflussen lassen.

Handlungsempfehlung

Fragen Sie Ihre guten Kunden um Erlaubnis ein Feedback zu Ihrer Arbeit veröffentlichen zu dürfen und nutzen Sie so viele Referenzen wie möglich.

Technik 4: Externe Vertrauensverstärker – Kundenmeinungen

Beispiel für das Nutzen von Kundenmeinungen

The screenshot displays the ISOTEC website interface. On the left, under the heading 'Kundenmeinungen', there are two tabs: 'Aktuellste Kundenmeinungen' and 'Alle Fachbetriebe'. Below these, two customer reviews for 'ISOTEC-Fachbetrieb' are shown. The first review has a 5-star rating and a date of 03.10.2014, mentioning a water leak and the company's prompt service. The second review also has a 5-star rating and a date of 01.10.2014, praising the interior painting work. To the right of the reviews is a 'Kontaktformular' (contact form) with fields for name, phone number, postal code, and a message, along with a 'Senden Sie uns Ihre Anfrage!' button. Below the form is a section titled 'ISOTEC-Fachbetriebsuche' (ISOTEC specialist search) with a map icon and a search bar. The search bar includes a dropdown for 'Deutschland' and a 'Fachbetrieb finden!' button. At the bottom right, there is a 'Referenzen' (references) section with a photo of a house and text encouraging users to use references.

www.isotec.de

Mustergültige
Integration von
Kundenmeinungen der
Firma ISOTEC aus der
Handwerkerbranche

Technik 4:

Externe Vertrauensverstärker – Medienlogos

Nutzen Sie die Bekanntheit anderer

Genau wie mit Kundenmeinungen oder Referenzen können Sie mithilfe der Bekanntheit anderer Ihre Vertrauenswürdigkeit stärken. Ein Engagement in einem Fachverband stellt Ihre Fachlichkeit heraus.

Darüber hinaus sollten Sie folgende Punkte für sich nutzen:

- Auszeichnungen von Industrie und Medien (Empfehlungen der Redaktion, schnellwachsendes Unternehmen)
- Beachtung in den Medien (Erwähnung in etablierten Pressemagazinen, Webseiten oder Blogs)

- Partnerschaften mit anderen renommierten Unternehmen
- Erwähnungen in Berichten von Branchenanalysten
- Studien und Umfragen (Marktanteile, Kundenzufriedenheit)

Auch zu der Nutzung von Medienlogos gibt es eine Fallstudie. Die Anfragen wurden durch die Nutzung um 40% gesteigert.

Schritt 4 ist geschafft, gleich kommt Schritt 5...

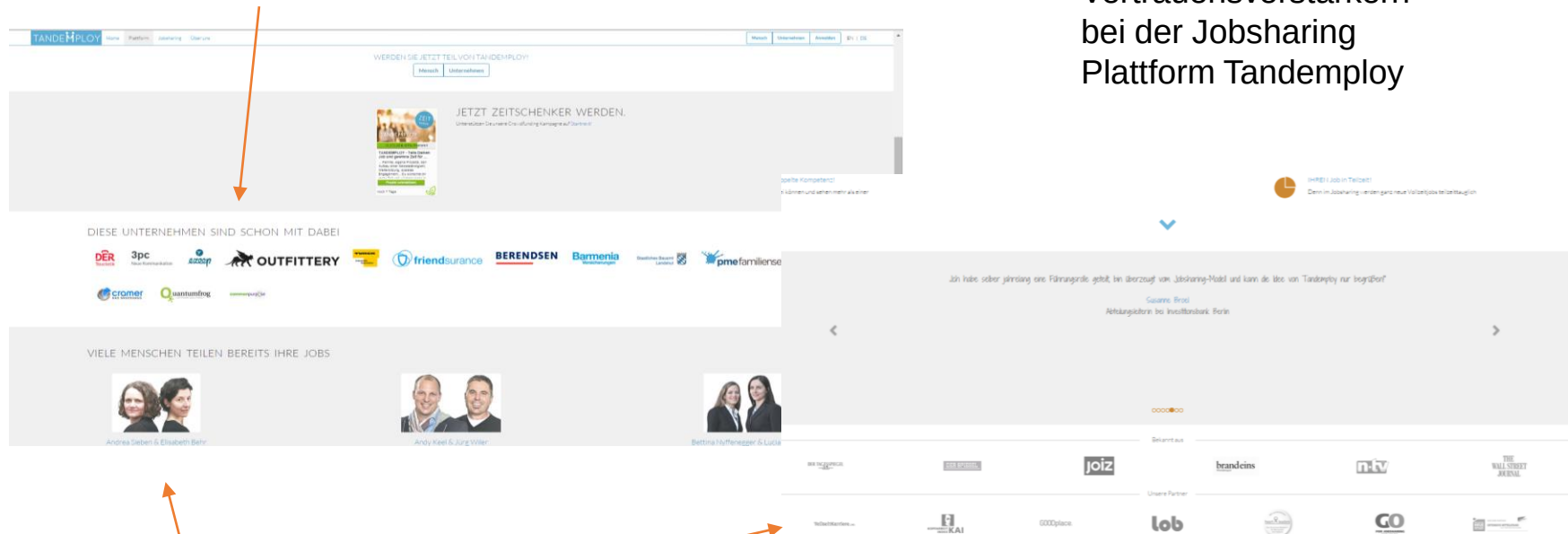
In Schritt 5 erfahren Sie, was als Basis für das Online Marketing noch viel zu selten genutzt wird.

Technik 4: Externe Vertrauensverstärker – Medienlogos

Beispiel für das Nutzen von Vertrauensverstärkern

Mustergültige
Integration von externen
Vertrauensverstärkern
bei der Jobsharing
Plattform Tandemploy

Referenzen mit Logo



Kundenmeinungen

Medienlogos

www.tandemploy.de

Technik 5:

Erfolgskontrolle mit Google Analytics

Machen Sie Ihre Marketingaktivitäten messbar

Ein immer noch sehr großer Teil von Unternehmen verzichtet darauf Aktivitäten auf der Webseite zu messen. Dabei ist es ein leichtes mit kostenloser Software die Effizienz von Marketingmaßnahmen nachzuvollziehen.

Google Analytics als Alleskönner

Google Analytics kann durch eine Internetagentur innerhalb von einer Stunde auf Ihrer Webseite installiert werden. Das Programm von Google ist dauerhaft kostenlos und bietet umfangreiche Möglichkeiten zur Besucheranalyse in anonymisierter Form.

Anzahl an Besuchern als wichtige Kennzahl

Eine grundlegende und wichtige Kennzahl sind die Anzahl an Besuchern auf Ihrer Webseite. Über den Zeitverlauf können Sie beobachten, ob beispielsweise die Messe oder die Anzeige in einem Fachmagazin zu mehr Besuchern auf der Webseite geführt haben.

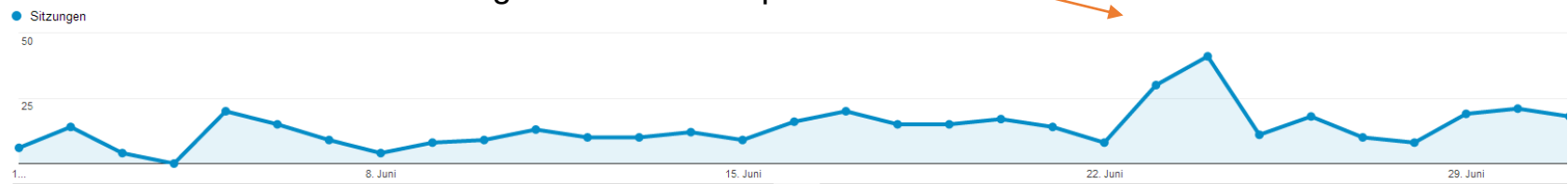
Kennzahlen zur Interaktion

Indem Sie sich anschauen, wie lange eine durchschnittliche Sitzung gedauert hat und wie viele Seiten sich ein Besucher durchschnittlich angeschaut hat, erhalten Sie wichtige Einsichten darüber, ob die Informationen für Ihre Besucher hilfreich sind. Üblicherweise findet eine Kontaktaufnahme nach mindestens 1,5 Minuten Besuchszeit statt.

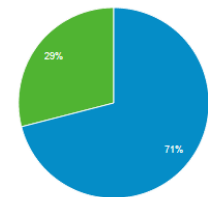
Technik 5: Erfolgskontrolle mit Google Analytics

Beispiel für Besucherzahlen und Interaktionskennzahlen

Anzahl an Besuchern im
Zeitablauf um die Effektivität von
Marketingmaßnahmen zu prüfen



■ New Visitor ■ Returning Visitor

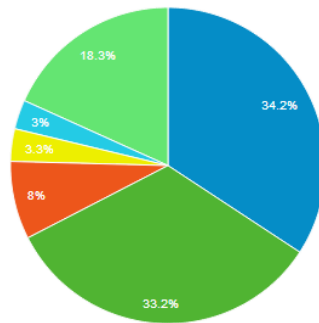


Wichtige
Kennzahlen zur
Interaktion mit
Ihrer Webseite

Technik 5:

Erfolgskontrolle mit Google Analytics

■ (direct) / (none) ■ google / organic ■ google / cpc ■ semalt.semalt.com / referral ■ m.facebook.com / referral ■ Andere



Eindeutige Seitenaufrufe nach Seite

Seite	Eindeutige Seitenaufrufe
/	241
/team-muenster/	128
/responsive-webdesign/	77
/online-werbung/	50
/blog/	44
/einmaleins-im-online-und-social-media-marketing/	40
/social-media-marketing/	39
/kontakt/	37
/was-kostet-dich-eine-gute-webseite/	30
/kontakt/anfahrt/	26

Woher kommen Ihre Besucher?

Mit Google Analytics wissen Sie woher Ihre Besucher kommen. So können sie schnell ausmachen, welche Marketingkanäle (Social Media, Google, Anzeige im Fachmagazin, etc.) am effektivsten sind.

Welche Unterseiten sind besonders relevant?

Zudem können Sie ermitteln, welche Unterseiten und damit welche Inhalte besonderes Interesse bei Ihrer Zielgruppe erregen. Indem Sie diese besser auf der Webseite positionieren, erhöhen Sie automatisch die Benutzerfreundlichkeit.

Technik 5:

Erfolgskontrolle mit Google Analytics

Suchanfrage	Klicks ?	Durchschnittliche Position ?
	55 % des Gesamtwerts: 157,14 % (35)	42 Website-Durchschnitt: 66 (-37,03 %)
1. gutado	30 (54,55 %)	1,0
2. google platz 1	5 (9,09 %)	8,4
3. gute webseiten	5 (9,09 %)	39
4. seminar online marketing	5 (9,09 %)	26
5. was kostet eine gute website	5 (9,09 %)	6,4
6. was kostet homepage	5 (9,09 %)	7,4



Bei welchen Suchanfragen tauchen Sie auf?

Mit einem weiteren kostenlosen Google-Tool verknüpft, können Sie in Analytics einsehen, bei welchen Suchbegriffen Ihre Webseite auftaucht und auf welcher durchschnittlichen Position. So erfahren Sie schnell, wo sich eine weitere Suchmaschinenoptimierung lohnt.

Messen der Anfragen und deren Voraktionen

Erhalten Sie eine Kontaktanfrage per Kontaktformular, lässt sich dies automatisch erfassen. Auch Klicks auf Links für vorbereitende Aktionen, wie z.B. „Zur kostenlosen Anfrage“ lässt sich erfassen. Die Kontrolle der wichtigsten Zielgröße ist damit auch gegeben.

Zusammenfassung

Alles hat ein Ende...

Sie sind am Ende unserer eBooks angelangt. Wir hoffen, dass Sie viele neue Einsichten aus der Welt des Internets gewinnen konnten. In diesem Abschnitt, fassen wir die wichtigsten Punkte noch einmal zusammen.

Technik 1 - Suchmaschinenmarketing

Digitale Marktführer stehen dauerhaft auf den Top-Plätzen bei Google und nutzen dafür Suchmaschinenmarketing.

Technik 2 - Zielorientiertes Design

Digitale Marktführer gewinnen überwiegend unbewusst das Vertrauen und lenken die Aufmerksamkeit auf die Kontaktaufnahme.

Technik 3 - Benutzerfreundliches Design

Digitale Marktführer halten Ihre Besucher auf der Webseite durch moderne Gestaltung der Benutzerfreundlichkeit.

Technik 4 - Externe Vertrauensverstärker

Digitale Marktführer nutzen Empfehlungen um Ihre Glaubwürdigkeit noch weiter zu steigern.

Technik 5 – Erfolgskontrolle

Digitale Marktführer kontrollieren Ihre Marketingmaßnahmen und bauen darauf auf.

Bleiben Sie in Kontakt

Wir würden uns freuen in Kontakt zu bleiben. Über unsere [Online Marketing Tipps](#) erhalten Sie weitere Tipps rund um Ihre Internetpräsenz.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!