



Mehr Erfolg mit
aktivem Online-Marketing

Mehr qualifizierte Besucher mit klassischem Online-Marketing

Wer sich mit seinem Angebot im weltweiten Pool von Webseiten behaupten will, braucht ein sorgfältig aufeinander abgestimmtes Online-Marketing-Paket.

Wir finden für Sie den richtigen Mix, mit dem Sie mehr qualifizierte Besucher auf Ihr Online-Angebot leiten. Wir zeigen Ihnen, wie Sie aus Neukunden Bestandskunden machen und darüber hinaus steuern wir für Sie den Erfolg Ihrer Website mittels Web-Controlling.

Um Sie immer auf dem neuesten Stand zu halten, erweitern wir unser Online-Marketing-Portfolio kontinuierlich. Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing, Maßnahmen zur Stärkung der Linkpopularität oder Online-PR und nicht zuletzt Web-Controlling sind dabei einige der wichtigsten Werkzeuge.

Passende Werkzeuge gewinnbringend nutzen

Ein bekanntes Problem: Die Website/der Shop ist online, aber die Besucherströme bleiben aus. Bestellungen sind nur vereinzelt zu verzeichnen. Nur im Internet vertreten zu sein, reicht heute nicht mehr aus.

Wir wählen für Sie aus der Fülle der Werkzeuge die passenden aus und nutzen sie gewinnbringend für Ihren Erfolg.

Suchmaschinenoptimierung

ist ein wirksamer Grundpfeiler des klassischen Online-Marketings. Die wichtigsten Maßnahmen dazu sind:

- Recherche der Suchbegriffe, nach denen Ihre Zielgruppe sucht
- Nutzung dieser Suchbegriffe in Title, Meta Tags und Seitentext
- Anmeldung in den drei beliebtesten Suchmaschinen Google, Yahoo und MSN

Seit zehn Jahren zählt Suchmaschinenoptimierung zu unserer Kernkompetenz. Deshalb sind die Internetauftritte unserer Kunden dauerhaft an Spitzenpositionen.

Suchmaschinenoptimierung...

- ... ist beliebt bei Internetnutzern: Ergebnisse werden bevorzugt angeklickt
- ... erhöht das Vertrauen in Ihre Kompetenz
- ... ist bei kontinuierlicher Pflege dauerhaft und nachhaltig erfolgreich

Mehr Bekanntheitsgrad mit geeigneten Multiplikatoren

Suchmaschinenmarketing

umfasst die Anzeigenschaltung bei Google (Google AdWords), Yahoo, Overture, Miva u.s.w.

Wesentliche Elemente der Anzeigenschaltung sind:

- Zielgruppen orientierte Schaltung
- Freie Wahl der Schlüsselworte
- Länderspezifische, regionale und stadtbezogene Kampagnen sind definierbar
- Positionen ergeben sich aus Gebot und Qualitätsfaktor
- Gebotssystem: Kosten werden von der Anzeigen schaltenden Firma (Publisher) durch ein Auktions- system bestimmt

Suchmaschinenmarketing...

... wirkt sofort

... ergänzt die Suchmaschinenoptimierung

... ist besonders zielgruppengerecht einsetzbar, daher kaum Streuverluste

... bietet eine gute Kostenkontrolle:
Sie zahlen nur für getätigte Klicks auf Anzeigen

... kann auch mit kleinem Budget realisiert werden

Steigerung der Linkpopularität

Tatsache ist, optimieren alleine genügt nicht. Nur Seiten, die von anderen Webseiten verlinkt werden, steigen in der Beachtung und damit im Ranking der Suchmaschinen.

„Content is King“ ist der beste Weg für ein optimales Ranking. Denn auf hochwertige Inhalte und Top-Angebote wird gerne verlinkt. Bieten Sie deshalb interessante Inhalte und ausführliche Produktbeschreibungen an.

Die neue Site ist online – wie kommen Sie jetzt an die ersten Links?

Methoden zur Steigerung der Linkpopularität:

- Anmeldung in den wichtigsten Suchmaschinen und Verzeichnissen
- Eintrag in Social Bookmark-Verzeichnissen und Webkatalogen, die einen sogenannten „Backlink“ geben
- Beiträge in themenrelevanten Blogs
- Textbeiträge in kostenfreien Artikelverzeichnissen
- Eigener Blog
- Gezielte Suche nach geeigneten Linkpartnern

Die Effizienz der Methoden zur Erhöhung der Linkpopularität unterliegt einem sehr schnellen Wandel: Was gestern noch der Top-Tipp war, kann heute ein Flop sein.

Mehr Aktionsradius mit vielfältigen Plattformen

Kundennah mit wenig Streuverlust

Nicht alle Online-Marketing-Plattformen sind für jeden Kunden geeignet. Wir beraten Sie, was zu Ihrem Angebot passt.

Permission-Marketing

E-Mail-Marketing und Newsletter-Marketing werden gern genutzt, um neue Besucher für die Website oder den Shop zu gewinnen.

Idealerweise sollte die Zielgruppe genau definiert werden und zugekaufte Adressen nur von seriösen Anbietern stammen. So vermeiden Sie Streuverlust, unnötigen Traffic, erhöhte Kosten und ein negatives Image.

Nur Adressinhaber, die per Opt-In / Opt-Out-Verfahren eingewilligt haben, Mails oder Newsletter zu beziehen, dürfen angeschrieben werden.

Bannerwerbung

Die Bannerwerbung ist eines der ursprünglichsten Werkzeuge des Online-Marketings, speziell im Bereich Markenbildung. Sie empfiehlt sich bei redaktionellen Webseiten wie z. B. Blogs, die einen thematischen Bezug haben.

Unser Tipp: Möglichst keine Banner tauschen, denn wer will den gerade gewonnenen Besucher mit einem einzigen Klick wieder verlieren?

Affiliate-Marketing

Textanzeigen, Banner oder Videos werden auf Partner-Sites geschaltet. Sie vereinbaren, ob Sie für Klicks, Leads (Kontaktanfragen) oder Verkäufe bezahlen. Bekannte Affiliate-Programm-Betreiber sind: Adbutler, Affilinet, Zanox, TradeDoubler und Amazon.

Vorteil: Sie bestimmen Art und Höhe der Provision. Sie entscheiden, wer als Publisher/Agentur für Ihre Website oder Ihren Shop werben darf.

Nachteil: Sie bezahlen auch an den Affiliate-Programm-Betreiber. Herkunft und Anzahl der Klicks sind manchmal umstritten.

Online PR

Ein sorgfältig recherchierter Fachartikel mit Link auf Ihre Firmenpräsentation oder in Ihren Shop, kann wahre Wunder bewirken. Interessenten besuchen Ihre Website/Ihren Shop und andere Seitenbetreiber verlinken auf den Fachartikel.

Corporate Blog

Blogs, die „internetten“ Tagebücher, sind bei Suchmaschinen sehr beliebt und werden nicht selten mit Top-Positionen belohnt. Das sollten Sie sich zunutze machen.

Ein Corporate Blog wird von einer Firma unterhalten und stellt ein recht junges, mächtiges Kommunikationsmittel nach innen und außen dar. Er kann verschiedenen Zwecken dienen z. B. dem Verkauf von Produkten, der Pflege einer Marke oder der Schaffung/Prägung eines positiven Images.



Mehr Kundenbindung mit konstruktivem OnPage-Marketing

Sie haben Besucher auf Ihrer Website, aber außer erhöhtem Traffic passiert wenig oder gar nichts. Woran liegt das?

Wie im richtigen Leben

Ein attraktiv gestalteter Werbeprospekt animiert Sie zu einem Besuch im Kaufhaus, das Sie mit entsprechend hohen Erwartungen betreten. Doch dieses ist im Umbau, die Beschilderung ist unübersichtlich, die Artikel werden lieblos präsentiert, die attraktiven Preise sind unauffindbar und der Verkäufer, den Sie nach langer Suche antreffen, ist schlecht informiert und unfreundlich.

Was machen Sie? Sie verlassen das Kaufhaus. Eine schlechte Erinnerung bleibt.

Im Internet ist es nicht anders als im realen Leben. Der wesentliche Unterschied ist allerdings, dass der Besucher Ihre Seite mit einem einzigen Klick verlassen kann. Und der nächste Mitbewerber wartet bereits nur einen Klick entfernt.

Wie werden aus Besuchern Kunden?

Mit kundenfreundlichen Konzepten und attraktivem Webdesign schaffen wir ein verkaufsförderndes Umfeld für Ihr Online-Angebot. Mit zusätzlichen Features setzen wir gezielte Kaufanreize und sorgen so dafür, dass aus Besuchern Käufer werden.

Zielgruppengerechtes Design & Benutzerführung

Wer Hip Hop-Kleidung verkauft präsentiert sich zwangsläufig anders als ein Versicherungsunternehmen. Benutzen Sie die (Bild-)Sprache Ihrer Zielgruppe. Außerdem müssen Besucher sich intuitiv auf den Seiten zurecht finden können. Experimente sollten hier vermieden werden.

Produkte wirkungsvoll präsentieren

Ihr Online-Angebot ist im Gegensatz zum Ladengeschäft nicht „greifbar“. Deshalb sollten Produkte durch eine professionelle Darstellung perfekt in Szene gesetzt werden. Hochwertige Fotos sind hier zwingend. Rundum-Ansichten und Zoomfunktionen auf Produktdetails erhöhen die Bestellquote.

Verlockende Aktionen

Gezielt eingesetzt und sparsam verwendet erhöhen Sonderangebote, Aktionspreise, Versandkostenreduzierung oder ähnliches das Kaufinteresse.

Kurze Wege bei Bestellung und Kontaktaufnahme

Machen Sie es dem Besucher leicht, schnell zum Kunden zu werden. Ein schlanker Bestellvorgang führt zu weniger Abbrüchen.

Sicherheit bieten

Kundendaten, Zahlungsverfahren oder Rückgaberecht sind sensible Themen. Maximale Transparenz oder gar Zertifizierungen bieten Besuchern die gewünschte Sicherheit beim Online-Kauf.

Vertrauen nachhaltig stärken

Das Einrichten der Möglichkeit, neben der Kundenbewertung auch einen Kommentar hinterlassen zu können, stärkt das Vertrauen – sowohl in Ihre Kompetenz als auch in Ihre Produktpalette.



Mehr Steuerungsmöglichkeiten mit analysestarkem Web-Controlling

Kontrolle ist gut – Steuerung ist besser

Entgegen der herkömmlichen Meinung ist der Begriff „Controlling“ nicht mit dem deutschen Wort „Kontrolle“ sondern mit dem Wort „Steuerung“ zu übersetzen. Neben der Messung von Auswirkungen der Online-aktivitäten unterstützt das Web-Controlling auch den gesamten Steuerungsprozess.

Web-Controlling...

- ... spürt Schwachstellen auf
- ... erkennt Hürden beim Bestellablauf
- ... filtert die Seiten heraus, die zum vorzeitigen Verlassen der Website führen
- ... misst die Verweildauer auf den einzelnen Seiten
- ... verfolgt die Pfade, die die Besucher auf der Website oder im Shop nehmen
- ... filtert Suchbegriffe, zu denen nichts gefunden wurde
- ... erkennt, über welche Suchbegriffe die meisten Besucher kommen
- ... nennt die Seiten, auf denen sich Besucher am häufigsten aufhalten
- ... zeigt Produkte, die am häufigsten angeklickt und gekauft werden

Aus Schwächen Stärken machen

Wenn Sie nun die Schwächen und Stärken analysiert haben, können Sie Ihre Online-Marketing-Maßnahmen mit den gewonnenen Erkenntnissen verbessern:

- **Suchmaschinenoptimierung:** auf neue Suchbegriffe optimieren, die innerhalb der Website häufig verwendet werden
- **Suchmaschinenmarketing:** Anzeigen für Suchbegriffe schalten, nach denen auf der Website gesucht wird
- **OnPage-Marketing:** Benutzerfreundlichkeit steigern, Hürden im Bestellablauf beseitigen, frühzeitige Abbruchquote mindern

Mehr Bestandskunden mit konsequenter Kundenpflege

Oft vernachlässigt und gerne unterschätzt: die Bestandskundenpflege. Dabei ist es weitaus leichter, einen bestehenden Kunden zum erneuten Kauf zu animieren, als einen neuen Kunden zu gewinnen.

Nutzen Sie Ihr wertvollstes Kapital: Ihren Kunden.

Kundenorientiertes Handeln

Kontaktaufnahmen per E-Mail oder Formular sollten innerhalb von 24 Stunden beantwortet werden. Bei Reklamationen punkten Sie mit einer schnellen Abwicklung zu Gunsten des Kunden.

Halten Sie in jeder Phase der Bestellabwicklung

Kontakt: von der Bestelleingangsbestätigung sofort nach dem Kauf, der Auftragsbestätigung bis hin zur Versandmitteilung. Etwa zehn Tage nach Versand können Sie sich mit der Frage, ob alles zur Zufriedenheit geliefert wurde, dezent in Erinnerung bringen.

Kunden informieren: E-Mail-Marketing

Professionell gestaltet und kundengerecht formuliert sind E-Mails ein wirkungsvolles Instrument, insbesondere in Verbindung mit Bonus-/Rabatt- oder Gutscheinaktionen. Die Permission-Marketing-Regeln müssen dabei natürlich eingehalten werden.

Kunden up-to-date halten: Newsletter-Marketing

Ein aktueller Newsletter mit interessanten Inhalten und in angemessener Versandfrequenz verschickt, ist ein bewährtes Mittel zur Kundenpflege. Professionelle Newsletter-Programme sind hierbei hilfreich für die Abwicklung und ermöglichen zudem eine rechtlich einwandfreie Aussendung.

Kunden überraschen: Gutscheinaktionen

Sie sind nicht nur zu Anlässen wie Muttertag oder Weihnachten gefragt, sondern erfreuen sich ganzjährig allgemeiner Beliebtheit. Ganz gleich ob für Produkte oder Dienstleistungen: ein ideales Werkzeug zum Aufwerten von E-Mail-Marketing und Newsletter-Aktionen.

Kunden etwas Dauerhaftes bieten: Bonuspunkte

Besonders langfristig binden Sie Ihre Kunden mit einem eigenen Bonuspunkte-Programm. Der Nutzen ist am effektivsten, wenn die Bonuspunkte nur in Ihrem Shop einlösbar sind.

Kunden belohnen: Rabatte

Wer oft und viel kauft, ist ein äußerst wertvoller Kunde. Darum sollte er von Zeit zu Zeit mit einem speziellen Rabatt belohnt werden.

Online-Marketing ist ein fortwährender Prozess, der ständig wandelnden Einflüssen unterliegt.

Durch den Einsatz geeigneter Maßnahmen und einer konsequenten Analyse sammeln Sie wertvolle Erfahrung, mit der Sie Ihren Erfolg steuern.

Wir stehen Ihnen mit all unserem Wissen zur Seite.

Mehr Erfahrung – mehr Erfolg!



Nikolaus-Otto-Straße 2-4
D-55543 Bad Kreuznach
Telefon: +49 (0)6 71 - 88 750 - 0
Telefax: +49 (0)6 71 - 88 750 - 55
E-Mail: mail@onlinedesign.eu
Internet: www.onlinedesign.eu

