

IAB Switzerland

Onlinemarketing: Es kommt darauf an, was hinten herauskommt

Onlinemarketing und SEO/SEA werden immer komplexer. Selbst jene, deren Daily Business davon abhängt, drohen den Überblick zu verlieren. Rollen wir die Sache von hinten auf.

Text: **Timotheus Bruderer und Andreas Gentsch (INM AG), Mike Wieland (Semsea Suchmaschinenmarketing GmbH)**

Einzigster Sinn und Zweck von Onlinemarketing ist, Aufmerksamkeit für die eigene Internetpräsenz zu schaffen, Besucher auf einen der eigenen Kanäle im Netz zu lenken, ein Geschäft anzubahnen und dieses erfolg-

«Banner und Pop-ups haben weitgehend ihre Existenzberechtigung verloren.»

reich abzuschliessen. Denn auch im virtuellen Internet zählt neben der Visibilität, neben dem Return on Ad Spending vor allem der reale Return on Investment.

Aber wie in der realen Welt braucht es dafür ein Konzept, eine Strategie. Da das mit zwanzig Jahren Existenz immer noch sehr junge Internet sich weiterhin rasant verän-

dert und weiterentwickelt, muss man immer vorne dabei sein, denn was gestern noch galt, ist heute schon veraltet und morgen so modern wie ein Faxgerät.

So haben beispielsweise immer noch gerne verwendete Werbeformen wie Banner oder Pop-ups gemessen an Impressionen inzwischen weitgehend ihre Existenzberechtigung verloren. Die sogenannte Klickrate, also das Verhältnis zwischen Anzeige des Banners und Klicks darauf, ist von den Anfängen des Internets im Display-Market von 50 Prozent auf heute unter ein Prozent geschrumpft. Eingehende Backlinks, also Verweise von anderen Webseiten auf die eigene, früher ein wichtiges Instrument in der Suchmaschinenoptimierung, haben für das Google-Ranking, das heisst: auf welcher Position der eigene Webauftritt bei entsprechender Suche erscheint, heute deutlich an Bedeutung verloren.

Dagegen wird Content-Marketing immer wichtiger für die Bereitstellung von originalen, authentischen und informativen Inhalten. Wie etwa über Postings, Social Sharing/Ads, Blogs, Videos oder über spezifische Zielseiten

«Im Internet ist jeder Business-Case eine Welt für sich.»

und Landingpages. Das ist die neue harte Währung im Kampf um die Aufmerksamkeit der Suchmaschinen und der User im Internet. Dorthin fließen auch die Marketingbudgets von Firmen, welche die Zeichen der Zeit, die neuen Trends erkannt haben.

Auch im Internet ist jeder Business-Case, jedes Geschäftsmodell, eine Welt für sich.

Die IAB Switzerland Association wird von folgenden Partnern aktiv unterstützt:



Und der Me-too-Effekt wirkt viel brutaler als in der realen Welt. Sicht der potenzielle Kunde nicht sofort den Nutzwert der Webseite, ist der Weg zum «call to action», also zur gewünschten Aktion, zu weit oder zu umständlich, dann ist der Besucher weg. Während es in der realen Welt eine jahrtausendealte Erfahrung und Praxis gibt, wie man das eigene Angebot möglichst attraktiv, aufmerksamkeiterregend und einen Kaufwunsch auslösend präsentieren kann, ist man im Internet noch schwer am Üben. Seine Interaktivität, das Entstehen von sozialen Plattformen, wie Facebook, und neuen Kommunikationsformen, wie Twitter, machen Onlinemarketing nicht einfacher. Aber interessanter und profitabler, wenn man das gewünschte Ziel mit der richtigen Methode erreicht, also einer Auslegeordnung der Absichten, der Mittel und der kontinuierlichen Überprüfung der Wirkung.

Mehr dazu im IAB 4-Tages-Intensivseminar «Suchmaschinenmarketing».

4-Tages-Intensivseminar «Suchmaschinenmarketing»

Gutes Suchmaschinenmarketing kann vielen Unternehmen zum Erfolg verhelfen. Bei den Spezialisten der IAB Switzerland erhalten Sie alle relevanten Informationen für ein vertieftes Verständnis von SEO und SEA. Lernen Sie bei der IAB Academy, Suchmaschinenmarketing in Ihrem Unternehmen zu optimieren!

Modul 1 (2 Tage): Search Engine Optimization (SEO) / Content Marketing
Modul 2 (2 Tage): Search Engine Advertising (SEA)

Daten:

Kurs 1: 11. Juni / 12. Juni / 18. Juni / 19. Juni 2015

Kurs 2: 29. Oktober / 30. Oktober / 5. November / 6. November 2015

Kosten:

CHF 600.–

(inkl. Kursunterlagen, Prüfung und Zertifikat)

Weitere Informationen und Anmeldeformulare unter www.iab-academy.ch



ANZEIGE

Università
della
Svizzera
italiana

A joint program with

 In cooperation with


EMScom

Executive Master of Science in Communications Management

Take your communication career to the next level

- / Designed for mid-career professionals
- / International part-time program over 20 months
- / 9 residential sessions
- / Lugano-Singapore-Los Angeles
- / Experienced international faculty
- / Bridging academic research to business practice
- / Peer-to-peer learning
- / Strong alumni network

“Starting EMScom was one of the best decisions I have ever made. The program has been not only a perfect complement to my previous studies but has also provided me with invaluable skills for making a difference in my company.”

Cristina Riesen / General Manager Europe at Evernote / Switzerland

EMScom / USI Università della Svizzera italiana / via Giuseppe Buffi 13 / 6900 Lugano / Switzerland
 phone +41 58 666 46 02 / emscom@usi.ch / www.emscom.usi.ch

