

Von Patrick Lipp - Darum Online-Marketing!

Online-Marketing ist mittlerweile (neben positiver Mundpropaganda) die wichtigste Werbemaßnahme für Unternehmen oder Selbstständige. Das Problem ist jedoch meist, dass das Know-how fehlt, zeitliche Kapazitäten oder eben das Budget für Agenturen. Erschwert wird die Sache meist noch, weil man sich dauerhaft mit der Thematik auseinandersetzen muss.

Natürlich sprengen wollen wir jetzt nicht den Rahmen sprengen und fokussieren uns hier auf die wichtigsten Punkte:

1. Responsive Webdesign bzw. eine mobil angepasste Webseite für alle Endgeräte

Unabdingbar ist heute eine (eigene) Webseite, die sich auf die gängigen 3 Endgeräte anpasst. (Tablet, PC, Laptop und Smartphone). Niemand möchte gerne viel scrollen oder Menüpunkte erschwert öffnen. Testen kann man seine Anpassung der Webseite, indem man den Firefox oder IE ganz zusammen schiebt (und wieder auseinander) oder es direkt am Tablet bzw. Smartphone testet. Ebenso verhält es sich mit einer schnellen Ladezeit, sprich Bilder vorab bearbeiten und in der KB / MB Größe optimieren. Wer nicht programmieren will, kann auf die gängigen CMS-Modelle wie WordPress, Typo3, Joomla, etc. zurückgreifen, die ein Responsive Webdesign automatisch im Template haben. Bei der Einrichtung des CMS bedarf es jedoch manchmal externer Hilfe. Die Kosten für einen Webhost (Domain + Webspace) liegen bei ca. 100€ im Jahr.

2. Display- (Bild) und Textarbeit (Contentmarketing)

Branchenunabhängig gilt, dass sich qualitativ hochwertige **Bilder**, mit guter Aussage bzw. Emotionen, positiv auswirken. Bilder sollten dabei eine Größe von 1MB möglichst nicht überschreiten. Gratis Bearbeitungstools sind Gimp oder Paint, kostenpflichtig - Adobe Photoshop. Für Videos gilt Identisches und eine Dauer von max. 100 Sek ist meist die beste Länge ohne schnelle Absprünge. Bei **Texten** will man oft viele Informationen reinpacken. Jedoch muss man genau überlegen, was man alles beschreibt, da die Verweildauer eines Users oft nur wenige Sekunden bzw. 1-3 Minuten beträgt. So sind gute Texte, klare Übersichten, Auflistungen der wichtigsten Punkte, Zwischenüberschriften und kurze „knackige“ Infos sehr zu empfehlen. Dies gilt übrigens auch für E-Mail-Marketing (Newsletter).

3. SEM = SEO + SEA oder auch Suchmaschinen + AdWords

Dies ist ein Thema, bei dem (gefühl) tausende Agenturen ihre Brötchen verdienen wollen. Doch was machen diese Agenturen eigentlich? Bei **SEO** (Search Engine Marketing = Suchmaschinenmarketing wie z.B. für Googleplatzierungen), geht es um Textarbeit (online), die sich von Offlinearbeit etwas unterscheidet. So legt man bei den Texten ein Keyword (z.B. Rehasport) fest und bindet dieses Wort in Überschriften, Bildname (Alt-Tag), Linkname sowie Metabeschreibungen ein (vgl. Googlesuche Teasertext und Anzeige). Die Dichte sollte dabei max. 2-3%, also 2-3x bei 100 Wörtern betragen. Bei **SEA** handelt es sich um Werbeanzeigen auf Google, Facebook, Instagram oder gar Zeitungsartikel (wie Plista Ads - „das könnte Sie auch interessieren“). Ein AdWord (oft 0,5-5€ pro Klick) ist meist selbsterklärend einzurichten. Jedoch sollte man beachten, dass man mit seiner Werbeanzeige auch auf die richtige Landingpage (nicht Startseite) verweist, was viele als Fehler machen und damit oft Geld verschenken. Ein Beispiel wäre eine Anzeige für Fitnessstudio oder Rehasport bei Google: Hier sollte in den wenigen Zeichen (oft nur 50 Zeichen) auf die passende Seite verlinkt werden. Statt der Startseite gleich die Unterseite (Landingpage mit dem Inhalt Leistungen oder Rehasport).

4. Social Media Marketing

Social Media Marketing verfolgt keine direkten Verkaufsziele, sondern den Aufbau von Image, Kommunikation sowie virale Teilung (Like, Teilen, Follow, Tweet). Hier geht es darum, mit dem potentiellen Kunden in direkten Kontakt zu treten. Während eine Webseite eher starr ist, abgesehen von Blogbeiträgen, findet hier oft ein reger Austausch statt. Ziel sollte es sein, dass man sich mit regelmäßigen Postings in Erinnerung bringt und potentielle (Neu) Kunden auf die eigenen Landingpages lockt.

Googleeinträge (Google Business) und eine schnelle Navigation auf der Webseite (gerne Widgets) zur Telefonnummer, Öffnungszeiten oder Feiertagen sind ebenfalls sehr wichtige Faktoren, da man oft nach schnellen Informationen sucht.