

M

K

MARKETING & KOMMUNIKATION

QUANTUM OF VALUE

50-jähriges Jubiläum der Feintool-Gruppe

→10

Focus: Contactcenter ++ Arbeitsraum CC ++ CRM ++ CallNet.ch ++

Standorte

Der Award für Standortmarketing, -management und Wirtschaftsförderung für Arosa Tourismus und die WF im Chemnitz. **SEITE 18**

State of the Art

«LAAX» steht für Wintertourismus in der Region Flims-Laax-Falera. Das erfolgreiche Kommunikationskonzept. **SEITE 42**



Interview

Fabio Balmelli, Direktor der Publicitas Tessin, über die drei Tessiner Tageszeitungen und die Werbekombination «TreTopTicino». **SEITE 67**

Ausblick

Von Krisenstimmung kann bei den meisten Anbietern von Weiterbildungen in Marketing & Kommunikation keine Rede sein. **SEITE 80**

Der Mix macht's aus

Onlinemarketing nimmt eine immer wichtigere Rolle im Marketing-Mix ein. Das Teilgebiet Suchmaschinenmarketing gehört heute für die meisten Unternehmungen zum festen Bestandteil – wie werden die Disziplinen Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) ideal eingesetzt?

Eine professionelle Suchmaschinenoptimierung gehört als Standard zu einer kommerziell genutzten Website. Sie sichert die langfristige Auffindbarkeit auf Suchmaschinen mit den wichtigsten und relevantesten Keywords in den neutralen Suchresultaten (organic search results). Dies im Besonderen aus folgenden zwei Gründen: Erstens weisen die Suchresultate im neutralen Bereich eine deutlich höhere Akzeptanz auf, als die bezahlten Sponsorenlinks, die nach Gesetz als Anzeige deklariert werden. Der Effekt, unter bestimmten Keywords ein Top Ranking zu besitzen schafft Vertrauen zum User, frei nach dem Prinzip: was Google als relevanteste Seite anschaut, kann gar nicht schlecht sein. Zweitens kann Suchmaschinenwerbung, je nach Mitbewerberdichte, richtig ins Geld gehen. Durch SEO, die von vielen Anbietern zum Fixpreis umgesetzt wird, kann so sehr viel Budget eingespart werden. Die Optimierung der teuersten und effizientesten Keywords oder derer, die die höchsten Klickraten aufweisen, stellt oft eine der effektivsten Massnahmen zur Kostensenkung dar.

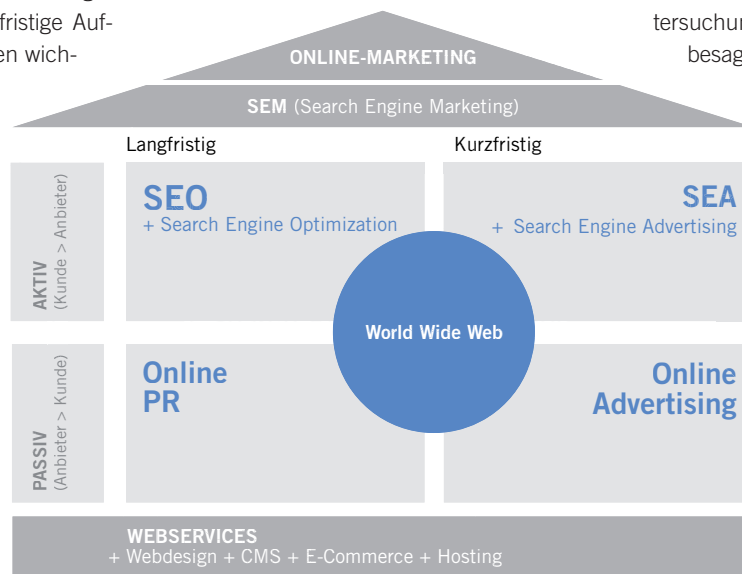
SEA - die Flexibilität ist entscheidend

Keyword-Advertising bzw. Suchmaschinenwerbung (SEA), wie z.B. das Produkt AdWords von Google, besitzt zweifellos grosse Vorteile. Als kurzfristige Massnahme zur gezielten Verkaufsförderung ist es eine der effizientesten Werbeformen überhaupt, auch im Vergleich zu klassischen Werbemedien. Einsatzbeispiele können die Neulancierung eines Produktes, die Promotion eines Messeauftritts oder der Verkauf von Restposten sein.

verschiedene Einstellungen sehr genaue Messungen der Kampagnen gemacht werden, z.B. die Conversion Rate, welche zu den interessantesten Werten gehört. Abgerundet wird das Modell durch flexible Abrechnungsmodelle wie Pay per Click, Pay per Sale oder Pay per Action.

Passive Werbung überfordert

Bereits 1998 zeigte eine Studie der Rice University, dass viele User unter „Bannerblindheit“ leiden, diese also gar nicht verarbeiten können. Eine Untersuchung verschiedener US-Universitäten 2004 besagt, dass Werbefbanner die „gefühlte Arbeitslast“ beim Betrachten einer Website stark erhöhen. Weiter zeigt eine Studie von Adtech auf, dass die Klickrate auf Werbefbanner im März 2007 noch bei 0,18 Prozent lag. Zudem empfinden viele User die Werbung als störend, insbesondere wenn es sich um Layer Ads handelt (Werbung, die nicht durch Pop-up-Blocker unterbunden werden kann und sich über die angezeigte Website legt). Bannerwerbung macht demnach meistens nur als ergänzende Massnahme zur Brand Recognition Sinn, oder um die Promotion eines bereits sehr bekannten Produktes oder Brands zu unterstützen.



Suchmaschinen sind das einzige Werbemittel, mit dem der Kunde AKTIV nach einem Anbieter sucht. Es besteht also keine Reizüberflutung, wie dies bei anderen, PASSIVEN Werbungen der Fall ist.

Weiter zeichnet sich SEA durch die schnelle und flexible Kampagnenschaltung, die unlimitierte Auswahl der Suchbegriffe und die genaue Definition, auf welche Seite des Webauftritts die Besucher gelangen sollen, aus. Zudem können durch

Eine seriöse und fundierte Analyse und Kampagnenplanung bleibt unumgänglich. Denn der Mix macht's aus – die besten Resultate werden durch den kombinierten Einsatz von SEO und SEA erzielt.

GLOBONET

Premium Website Ranking

SEO ist ein komplexer Prozess, in dem GLOBONET als professioneller Spezialist die Leaderposition einnimmt. Wir stimmen alle Instrumente auf Ihren Erfolg ein. Mit Kompetenz, Kreativität, Engagement und einem unerreicht hohen Know-how.

Handarbeit ist ein Knochenjob. Hier gibt es keine Automatismen. Wir zählen über 3500 realisierte SEO-Projekte zu unseren Referenzen. Wir wissen also, wovon wir sprechen. Das bedeutet, dass wir aufgrund des quantitativen Vorsprungs auf enorm viele Vergleichs- und Erfahrungswerte zurückgreifen können. Ein Vorsprung, auf den Sie zählen können. Die hohe Qualität unserer Arbeit misst sich an Ihrem Erfolg.

+++++

Wir wissen, welche Lösungen Erfolg versprechen und Erfolg bringen. GLOBONET betreut Kunden aus sämtlichen Branchen, vom regionalen Kleinunternehmen bis zum internationalen Grosskonzern – die meisten zählen seit Jahren zu unserem treuen Kundenstamm. Bei GLOBONET sind Informatiker, Techniker und Webdesigner in einem Team – dieses Knowhow ergänzt sich gegenseitig und steht unseren Kunden in vollem Umfang zur Verfügung. In dynamischen Teams arbeiten Applikationsentwickler, Systemtechniker, Marketing- und Consulting-Spezialisten sowie Projektleiter Hand in Hand für Ihren Erfolg.

Kostenlose Beratung SEO - jetzt anmelden!

Profitieren Sie von einer einmaligen Aktion: noch bis Ende Januar 2010 bietet Ihnen GLOBONET kostenlos einen umfassenden Website-Check im Wert von CHF 600.—. Unsere kompetenten Berater präsentieren Ihnen die Ergebnisse vor Ort und zeigen Ihnen unsere Lösungen auf.

+41 71 914 44 00



Roger Isenring, CEO
 GLOBONET GmbH
 Toggenburgerstrasse 26
 CH - 9500 Wil
 isenring@globonet.ch
 www.globonet.ch