



CROSS-MEDIA

→10

Canon als Schrittmacher innovativer Crossmedia-Lösungen

Focus: Contactcenter ++ Social Media ++ Swiss Contact Day 2010 ++

SuisseEMEX'10

Der grösste Event der Marketingwelt und der Schweizer Marketing-Community steht vor der Tür: Innovationen & Top-Highlights. **SEITE 14**

State of the Art

Die Versicherung Zurich Connect hat ihre Frühlingskampagne zusammen mit den Mitarbeitenden entwickelt. **SEITE 37**



Onlinemedien

Interview mit dem neuen Leiter Digitale Medien der NZZ Gruppe, Peter Hogenkamp, einem Experten für Social Media und Usability. **SEITE 59**

Management

Die rasanten Entwicklungen von Märkten erschweren die Aufgabe von Führungskräften auf allen Stufen. Bildung fürs Management. **SEITE 75**

9 Herausforderungen und Trends für die SEO

Um Unternehmen und Kunden im Internet zusammenzuführen, sind die Suchmaschinen mit Abstand das wichtigste Mittel. Durch die permanente Weiterentwicklung der Suchmaschinen-Algorithmen ist SEO eine ständige Herausforderung. Grund genug in die Zukunft zu schauen, welche Herausforderungen und Trends die SEO-Branche beschäftigen könnten.

Nutzer wollen relevante Informationen und einzigartigen Content, denn mehrfach vorhandene identische Texte werden nicht nur von Suchmaschinen abgestraft, sie sind für den Nutzer schlicht uninteressant. Websites müssen in Zukunft klar an ihrem Mehrwert für den Nutzer erkennbar sein. Für die SEO bedeutet das, mehr Arbeit in die inhaltliche Qualität von Texten, Bildern, Grafiken und Videos zu investieren.

Dazu dürfte als wichtigster Off-Page-Faktor eine hohe Linkpopularität zählen. Hier ist eine SEO-Strategie gefragt, die eigene Website mit reichweitenstarken und v.a. thematisch relevanten Websites zu verlinken. Hierzu zählt auch die geographische Zugehörigkeit einer Website, je grösser die Anzahl unterschiedlicher Domains, die auf die Website verlinken, desto besser.

Um Informationen dem Nutzer zugänglich zu machen, sind Vielfalt und Kreativität gefragt. Denn die Einbindung von Blogs, News, Bildern und Videos wird von Google belohnt und von Nutzern besser wahrgenommen. Zudem hat Google angekündigt, neben der Benutzerfreundlichkeit der Website in Zukunft auch deren Ladegeschwindigkeit zu einem bestimmenden Ranking-Faktor zu machen. Google bevorzugt zudem Website-Betreiber, welche der Suchmaschine bei der Informationssuche entgegenkommen, indem diese sich an bestimmten Standards orientieren. Belohnt werden sie durch optisch aufgewertete Suchergebnisse.

DIE SUCHE WIRD IMMER DETAILLIERTER

Die Suche nach spezifischen Informationen führt zwangsläufig zur Verwendung von immer längeren und spezielleren Suchanfragen (Long Tail Search).

Suchmaschinen gehen daher vermehrt dazu über, auch semantisch zusammengehörige Begriffe, also Synonyme und bedeutungsverwandte Wörter, zu erkennen und in die Suchkriterien einzubinden. Dadurch werden die Trefferlisten mehr und mehr auf das individuelle Suchverhalten des Nutzers zugeschnitten. Über Google Analytics und Google Toolbar wird registriert, wie oft und wie lange eine Website besucht wird. So werden dem Nutzer je nach Suchverhalten personalisierte Suchergebnisse präsentiert. Unternehmen können so unnützen Traffic vermeiden.

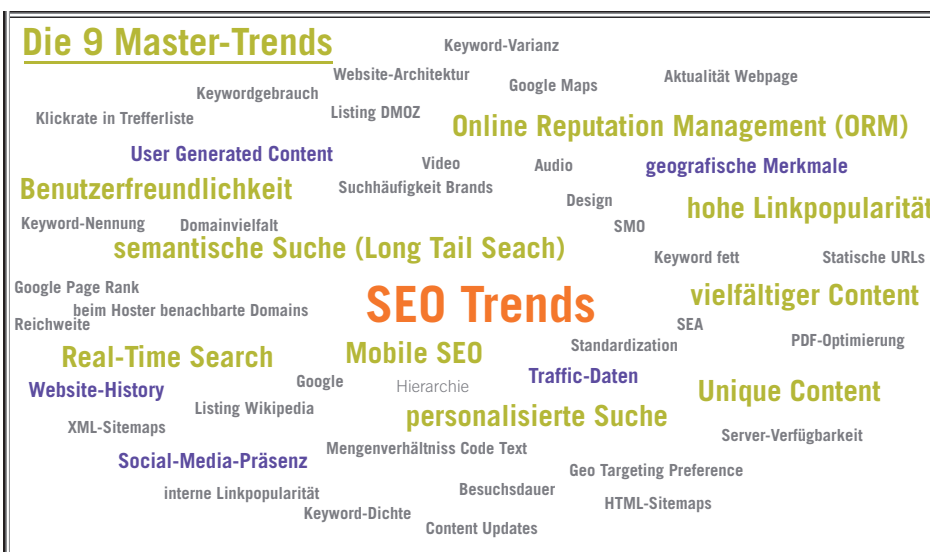
fluss auf die Reputation eines Unternehmens und damit auf die Klicks in den Suchergebnissen nehmen können. Die Zukunft wird so nicht nur ein Kampf um die besten Plätze bei Google & Co., sondern um die besten Kommunikationsmöglichkeiten.

MOBILES INTERNET HOLT AUF

Hierzu passt auch, dass bereits fast 20% aller User in der Schweiz sich des mobilen Internets bedienen – mit steigender Tendenz. Damit liesse sich noch schneller aktueller Content zur Verfügung stellen. SEO-Massnahmen werden sich hier verstärkt auf die lokale Produktsuche und Ortung konzentrieren müssen.

Durch SEO-Massnahmen werden mittlerweile Milliarden umgesetzt, denn gute Platzierungen sorgen für mehr qualitative Kontakte und die Konversionsrate steigt deutlich an. Damit ist die professionelle SEO zu einem festen Bestandteil

des gesamten Online-Marketing-Konzepts geworden.



Die sozialen Netzwerke bieten für die SMO ein riesiges Potenzial, welches noch zu wenig genutzt wird. Denn im Web mehrfach präsent zu sein und sich an der Online-Kommunikation zu beteiligen, wird zum entscheidenden Vorteil werden. Google, Yahoo und Bing haben mit der Real-Time Search diesen Trend aufgegriffen, um mit User-Kommentaren einen aktuellen Content in den Suchresultaten aufzulisten. Nicht jeder Kommentar mag für die Suche hilfreich sein, doch langfristig werden auch hier PR- und SMO-Massnahmen Aufgabenfelder stärker besetzen.

Denn das Online Reputation Management (ORM), also die Optimierung von Websites, auf denen positiv über das jeweilige Unternehmen berichtet wird, dürfte in Zukunft stärker an Bedeutung gewinnen. Über Googles Sidewiki lassen sich z.B. Kommentare zu Websites verfassen, die schnell einen grossen Ein-

Haben wir ihr Interesse geweckt?
Treten Sie mit uns in Kontakt. Bestellen Sie hier eine Beratung vor Ort:
www.globonet.ch/seo

GLOBONET
Premium Website Ranking



Roger Isenring, CEO
GLOBONET GmbH
Toggenburgerstrasse 26
CH-9500 Wil

+41 (0)71 914 44 00
isenring@globonet.ch
www.globonet.ch

Team:	45 Mitarbeiter
Lösungen:	Online Marketing – SEO, SEA, SMO, Webservices, E-Business
Kunden:	vom KMU bis zu int. Grosskonzernen aller Branchen
Projekte:	> 3'500 realisierte Projekte
Märkte:	80% CH, 20% EU-Länder

Facts SEO (Online-Monitor 2010/Mediascope)

- 93% nutzen Suchmaschinen für Suchanfragen
- Online-Budget soll um 20% zulegen
- 80% nutzen verstärkt SEO
- 58% investieren mehr in SEM
- Schweiz bei Internetnutzung in EU auf Rang 4

Interio: mit SEO zu Lifestyle und Design

INTERIO AG DIETIKON - DESIGN ZUM BESTEN PREIS

CASE STUDY:

Werner Jakob, Marketingleiter und Mitglied der Direktion / www.interio.ch
259.9 Millionen Umsatz (2009)
+++++

THEMA: DEPOT-INTERIO

Das Beste aus zwei Welten – unter diesem Motto haben Interio und die deutsche Gries Deco Company (GDC) das neue Ladenkonzept DEPOT-Interio lanciert.

Es verbindet die Stärken von Interio bei Möbeln und bedarfsorientierten Lifestyle-Artikeln mit den Stärken von Depot im Bereich der Inszenierung von trendigen, sich schnell verändernden Wohnaccessoire-Welten. Alle zwei bis vier Wochen wird das Sortiment erneuert, werden neue, inspirierende Themenwelten aufgebaut. Die acht grossen Einrichtungshäuser von Interio bleiben Interio und werden auch weiterhin ihr bewährtes, breites Sortiment anbieten.



Seit September 2009 ist das neue Ladenkonzept „DEPOT-Interio“ eingeführt. Welche Rückmeldungen gab es und welchen Vorteil geniessen die Kunden daraus?

Bis März 2010 wurden alle Interio Boutiquen und Wohngalerien auf DEPOT-Interio umgestellt. Das Konzept ist bei den Kunden sehr gut angekommen. Speziell ist, dass wir Deko-Ideen an einem Ort aufzeigen und die Kunden alle entsprechenden Artikel auch gleich dort finden, anstatt diese mühsam im ganzen Laden zusammensuchen zu müssen. So kann man z. B. per Handy ein Foto machen und es zu Hause eins zu eins nachbilden. Mit DEPOT-Interio unterstützen wir somit auch jene Kunden, denen die Inspiration für Dekorationen fehlt.

Welche Möbeltrends zeichnen sich für diesen Sommer ab?

Natürlich ist im Sommer das Thema Gartenmöbel aktuell. Nach wie vor sehr gefragt sind Kunststoffgeflechte, denn sie sehen toll aus und sind wetterfest. Weiter sind an Material Naturhölzer beliebt und für den Aussenbereich auch Metalle und Natursteine.

Wo werden als nächstes Boutiquen eröffnet?

Wir eröffnen unsere nächsten DEPOT-Interio im Gäupark in Egerkingen und im Tivoli in Spreitenbach. Weiter haben wir ein Projekt in Ville-neuve für März 2011 und planen, spätestens im 2012 auch im Kanton Tessin präsent zu sein.

Wie ist die Lage im Schweizer Markt für Möbel- und Einrichtungshäuser?

Wir sind in einem zähen Verdrängungskampf, der mit harten Bandagen geführt wird. Um es auf den Punkt zu bringen: neue bzw. zusätzliche Einrichtungshäuser braucht es nicht. Unser Hauptziel ist deshalb, Frequenz in unseren Läden zu generieren – die Chance auf einen Verkauf ist gross, wenn ein potenzieller Kunde erst einmal da ist.

DIE VISITS AUF UNSERER WEBSITE SIND UM 10'000 PRO JAHR GESTIEGEN

Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Internetauftritt?

Momentan dient unsere Website als Informationsquelle für bestehende und neue Kunden. Sie soll ein Schaufenster für unsere Einrichtungshäuser sein mit dem Ziel, die Besucher an den POS zu bringen. Wir haben noch keinen Online Shop, dies ist aber in der Strategie vorgesehen und wird innert 2 Jahren realisiert werden. Diesen März führten wir eine Studie in der Region Zürich zum Informationsverhalten durch: jede zweite Nennung war das Internet – da ist ein riesiges Potenzial vorhanden, was natürlich in Zukunft mitberücksichtigt wird. Unsere Website nimmt eine sehr wichtige Stellung im gesamten Marketingmix ein.

Welche Faktoren haben Sie überzeugt, die Zusammenarbeit mit GLOBONET einzugehen?

Uns haben das klare Konzept von GLOBONET

und auch ihr Bekenntnis zu „Premium Website Ranking“ sehr zugesagt. Zudem bietet GLOBONET einmalige Referenzen im SEO-Markt und weist, nebst jahrelanger Erfahrung, auch selbst hervorragende Positionen auf.

Welche Massnahmen planen Sie noch im Bereich Online-Marketing?

Search Engine Marketing wird in Zukunft eine noch bedeutendere Rolle einnehmen. Einerseits wollen wir unseren neuen Webauftritt pushen, andererseits sind Online-Aktivitäten im frauenaffinen Umfeld geplant, z.B. Bannerwerbungen auf Seiten von Frauenzeitschriften. Auch Suchmaschinenwerbung, wie Google AdWords, werden wir in Zukunft vermehrt einsetzen. Für mich geniesst Online-Werbung einen einmaligen Vorteil: die Messbarkeit. Man kann jeden Klick nachvollziehen und die verschiedenen Massnahmen nach Effizienz vergleichen.

Welche Aussagen können Sie zur Zusammenarbeit mit GLOBONET machen?

Wir empfinden die Geschäftsbeziehung als sehr angenehm. Auch weil wir mit GLOBONET einen Partner haben, der selbständig auf uns zukommt und uns z.B. mit Positionsrapporten oder Statistiken versorgt. Seit der Optimierung durch GLOBONET können wir jährlich rund 10'000 neue Besucher verzeichnen. Auch das Ranking ist mehr als zufriedenstellend: wir sind konstant mit den meisten Begriffen auf der ersten Seite der Suchresultate.