Ihr Unternehmen online

Business-Support © 2017 Belter-Media.Net

Ein Ratgeber für Kunden, die ihre Web-Aktivitäten ausweiten möchten

Online-Auftritt, Suchmaschinenoptimierung (SEO), Online-Anzeigen, Facebook, Google+, Statistik-Tools

BELTER·
MEDIA.NET
MARKETING FOR YOU!

Einleitung

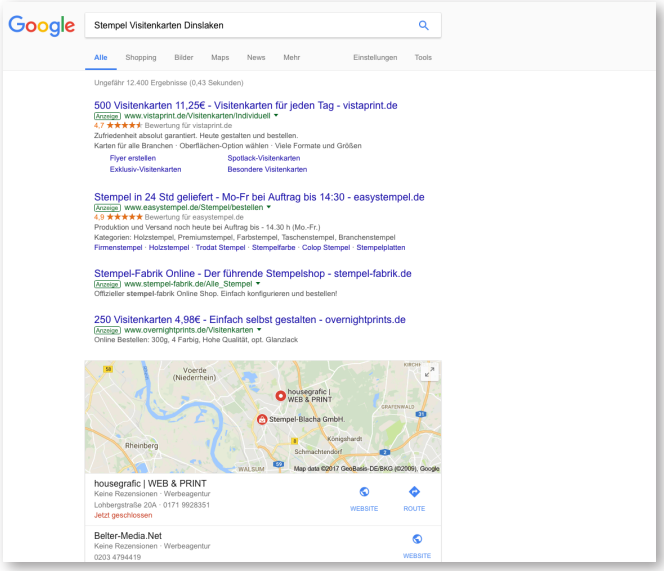

Abb. 1: Google-Suche nach einer lokalen Dienstleistung

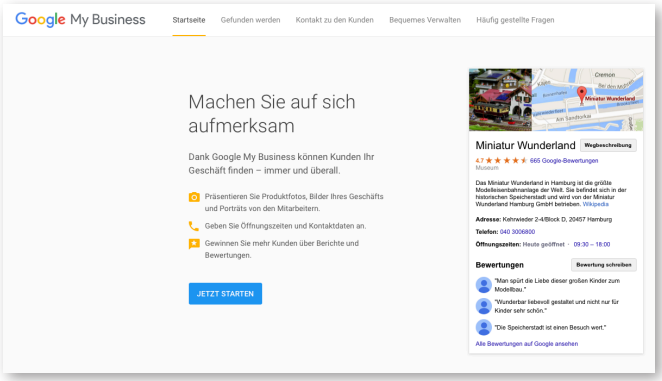

Abb. 2: Google Business Startseite

Abb. 3: Facebook-Startseite. Als Firma sollte man auch in den Social Media-Kanälen präsent sein.

„Für Ihren Web-Erfolg“

Sie haben vielleicht schon eine Firmen-Website, die aber etwas älter ist? Sie möchten Ihre Homepage neu gestalten oder Ihre Web-Aktivitäten ausweiten?

Bei folgenden Schritten in der Online-Welt stehen wir Ihnen mit Rat & Tat zur Seite. Mit Ihnen zusammen erarbeiten wir beispielsweise:

- Marketing-Konzepte
- Moderne Online-Präsenz (Firmen-Website)
- Social Media (Facebook, Google+, usw.)
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Printprodukte & Cross-Channel-Kampagnen

Was kann ich selbst tun?

In vielen Fällen ist es gut, sich als Firmeninhaber selbst mit der Onlinepräsenz zu beschäftigen. Auch, wenn wir gern die folgenden Todos übernehmen, können Sie hier auch selbst in ersten Schritten etwas schaffen, was Ihr Unternehmen vorwärts bringt. Und Sie machen sich vertraut mit der Welt des Onlinemarketings.

- Erstellung einer Google-Business-Präsenz
- Eintragungen in vorselektierte Branchenverzeichnisse
- Initiales Einrichten einer Social Media-Domäne (Facebook, Google+)

Hand in Hand

Wir freuen uns über eine gute Zusammenarbeit. Denn bei Onlinemarketing gilt es, Hand in Hand zu arbeiten. Fachlicher Inhalt kann bspw. nur von Ihnen selbst erstellt werden. Spezielles Marketingwissen und technische Umsetzung werden durch uns realisiert. Bei allen Schritten können Sie auf unsere Hilfe zurückgreifen. Wir unterstützen Sie.

Business-Support - Ihr Unternehmen online © 2017 Belter-Media.Net

Was heißt eigentlich Online?

Ja, was heißt es eigentlich, online zu sein bzw. online zu werben? Es gibt mehrere Punkte, die man beachten sollte.

- Suchmaschinen: in Suchmaschinen wie etwa Google oder Bing suchen Personen nach Themen, nach Antworten aber auch nach Dienstleistungen und Produkten. Daher ist es für Firmen wichtig, hier gefunden zu werden.
- Homepage: eine Firmenhomepage kann von Interessenten über Suchmaschinen, aber auch direkt angesteuert werden. Bspw. druckt man gern die Homepage-Adresse (URL) auf die Visitenkarten und Werbeprospekte.
- Social Media: eine Präsenz Ihrer Firma auf Facebook, Google+ (und je nach Thema und Größe der Firma ggf. Twitter, Instagram) erhöht die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden bzw. erhöht Ihre Chance, im Netz gefunden zu werden.

Abb. 4: Interessenten & Kunden suchen über Suchmaschinen oder besuchen direkt Ihre Website. Zusätzliche Social Media-Kanäle bringen weiteren Zulauf (Grafik Belter-Media.Net).

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Viele Dienstleistungen und Produkte werden heute über Suchmaschinen gesucht - und gefunden. Idealerweise sollte man Ihre Firma auf der ersten Ergebnisseite finden, d.h. unter den ersten 10 Treffer-Ergebnissen. Man spricht vom sogenannten Page Ranking. Um in Suchmaschinen (Google, Bing, u.ä.) gut gefunden zu werden, sollte eine Firma folgende Bedingungen erfüllen:

- Moderne Website - eine Firmenhomepage informiert über die Firma und über ihre Dienstleistungen. Dabei werden die Unterseiten der Homepage so optimiert, dass sie für Suchmaschinen abgestimmte Inhalte anbieten. Neben der technischen Umsetzung einer Website ist also auch eine Suchmaschinenoptimierung (engl. Search Engine Optimization = SEO) sinnvoll. Alles, was auf der eigenen Homepage optimiert wird, nennt man auch Onpage-Optimierung. Schlüsselwörter (bspw. die Dienstleistung oder das Produkt) werden erwähnt, die URLs (Adressen), Titel, Texte, externe und interne Links werden auf Suchmaschinen optimiert. Die Website wird idealerweise als CMS-System ausgelegt, in dem Sie dynamisch Inhalte ändern und News einstellen können.
- Responsive Layout - Seit ca. 2015 ist für Google auch relevant, ob eine Seite neben der Desktop-Größe auch für Handy & Tablet optimiert ist. Also sollte die eigene Website auch diese Bedingungen erfüllen (bspw. hilft ein sogenanntes Responsive Layout, welches auf die Bildschirmgröße reagiert und sich automatisch anpasst). Das Menü wird zum Daumen-Menü (Symbol „drei waagerechte Striche“ rechts oben), Bilder und Texte werden

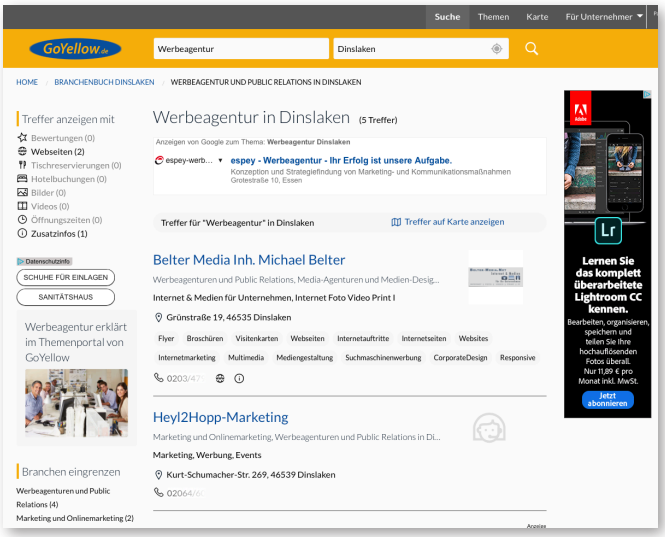

Abb. 5: Einträge in Branchenverzeichnisse (hier GoYellow)

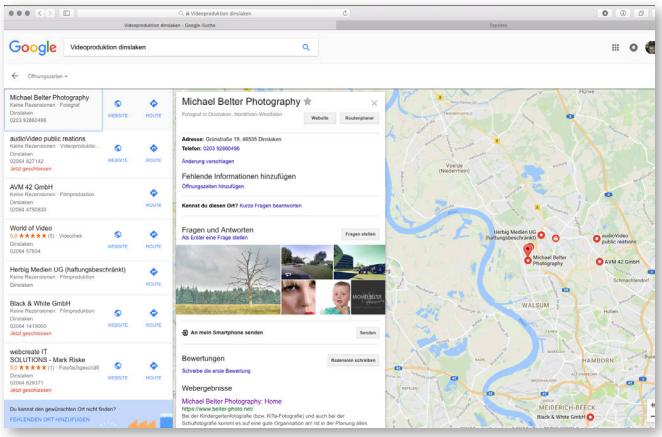

Abb. 6: Google-Suche mit Google-Business-Ergebnissen

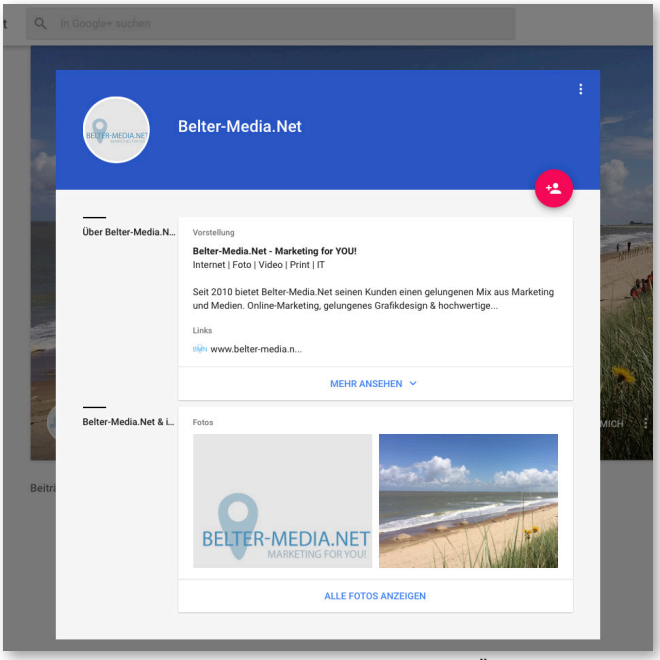

Abb. 7: Google-Plus-Website - Unterseite „Über“

passend zur Bildschirmgröße angezeigt, die Schrift wird vergrößert, damit ein Handy- oder Tablet-Benutzer alles gut lesen kann.

- Einträge in Branchenverzeichnisse - zeigen den Suchmaschinen zusätzlich, dass Ihre Firma für das jeweils gesuchte Dienstleistungsthema relevant ist. Die Firma sollte in den wichtigsten Branchenverzeichnissen und Katalogen (ca. 20, u.a. Gelbe Seiten, „Go Yellow“, Teleauskunft, u.ä.) eingetragen werden und mit dem richtigen Schlüsselwörtern aufgeführt werden. Dabei sollte beachtet werden, dass die Daten übereinstimmen (Adressen, Telefonnummern). Übrigens: alles, was außerhalb Ihrer Firmenhomepage optimiert wird, nennt man Offpage-Optimierung.
- Backlinks - sind Verweise auf Ihre Firmenwebsite, also, wenn andere Homepages auf Ihre Seite verlinken. Je mehr Backlinks existieren, desto besser für Ihr Suchmaschinenranking. Tipp: überzeugen Sie befreundete Unternehmen, Ihre Website zu verlinken. Das bringt Pluspunkte bei google.
- Google Business - lässt Sie mitbestimmen, wie Sie in google dargestellt werden und bringt Ihnen mehr Außenpräsenz. Um sich bei Google Business anzumelden, gehen Sie auf die Website www.google.de/business und melden Sie sich neu an. Google überprüft Ihre Angaben, in dem es Ihnen eine Postkarte mit einem Code sendet, den Sie zur Verifizierung in Ihrem Firmenprofil eingeben. Ggf. prüft Google auch durch einen Telefonanruf Ihre Angaben. Sind Sie dann in Google Business angemeldet, so können Sie hier aktualisieren: Firmenname, Öffnungszeiten, Fotografien Mitarbeiter, Räumlichkeiten, URL der eigenen Homepage. Ihr Firmeneintrag wird in den Suchergebnissen in Google angezeigt, wenn ein Interessent lokal nach einer Firma sucht, aber auch in Google Maps.
- Facebook - eine Präsenz in den sozialen Medien steigert die Aufmerksamkeit für Ihr Unternehmen. „Social Signals“ (Erwähnungen Ihres Unternehmens in den Medien) verbessern darüber hinaus Ihre Suchmaschinenpositionierung in Google.
- Google Plus - ähnlich Facebook zielt Google Plus auf das Thema Social Media ab. Inhalte (Text, Bilder) werden geteilt, Links empfohlen. Eine Firmenseite bei Google+ hilft ebenfalls, das Suchmaschinen-Ranking zu erhöhen. Für eine Übersicht über Google+ empfehlen wir die Einstiegsseite https://plus.google.com/about?hl=de

Business-Support - Ihr Unternehmen online © 2017 Belter-Media.Net

Google Business einrichten

- Gehen Sie auf die Google-Business-Seite unter www.google.de/business
- Klicken Sie auf den grünen Button Jetzt Starten
- Melden Sie sich mit Ihrem Google-Konto an (wenn schon vorhanden), ansonsten finden Sie unter „Weitere Optionen“ einen Punkt Konto erstellen. Erstellen Sie ein neues Nutzerkonto.
- Geben Sie anschließend die Daten zur Ihrer Firma an: Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten, Dienstleistungen, Produkte.
- Haben Sie alle nötigen Daten eingegeben, müssen die Angaben noch bestätigt werden. Sie erhalten von Google eine Postkarte, dem Sie einen Code entnehmen können. Diesen Code geben Sie in Ihrem neuen Profil ein. Damit haben Sie die Richtigkeit der Daten (bzw. mindestens der Adresse) bestätigt. Ihr Profil wird online geschaltet.

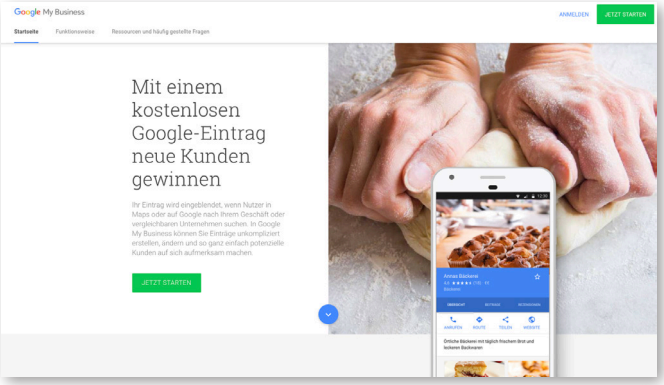

Abb. 8: Begrüßung unter www.google.de/business

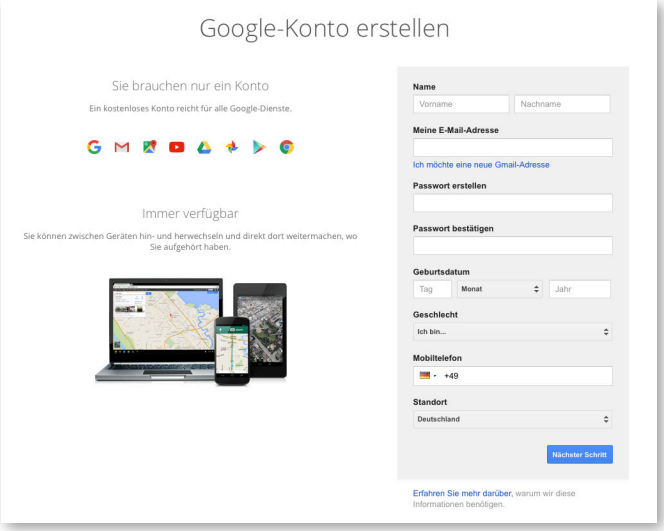

Abb. 9: Google-Konto erstellen - Eingabe von Name, Email, Geburtsdatum und ähnlichen Daten.

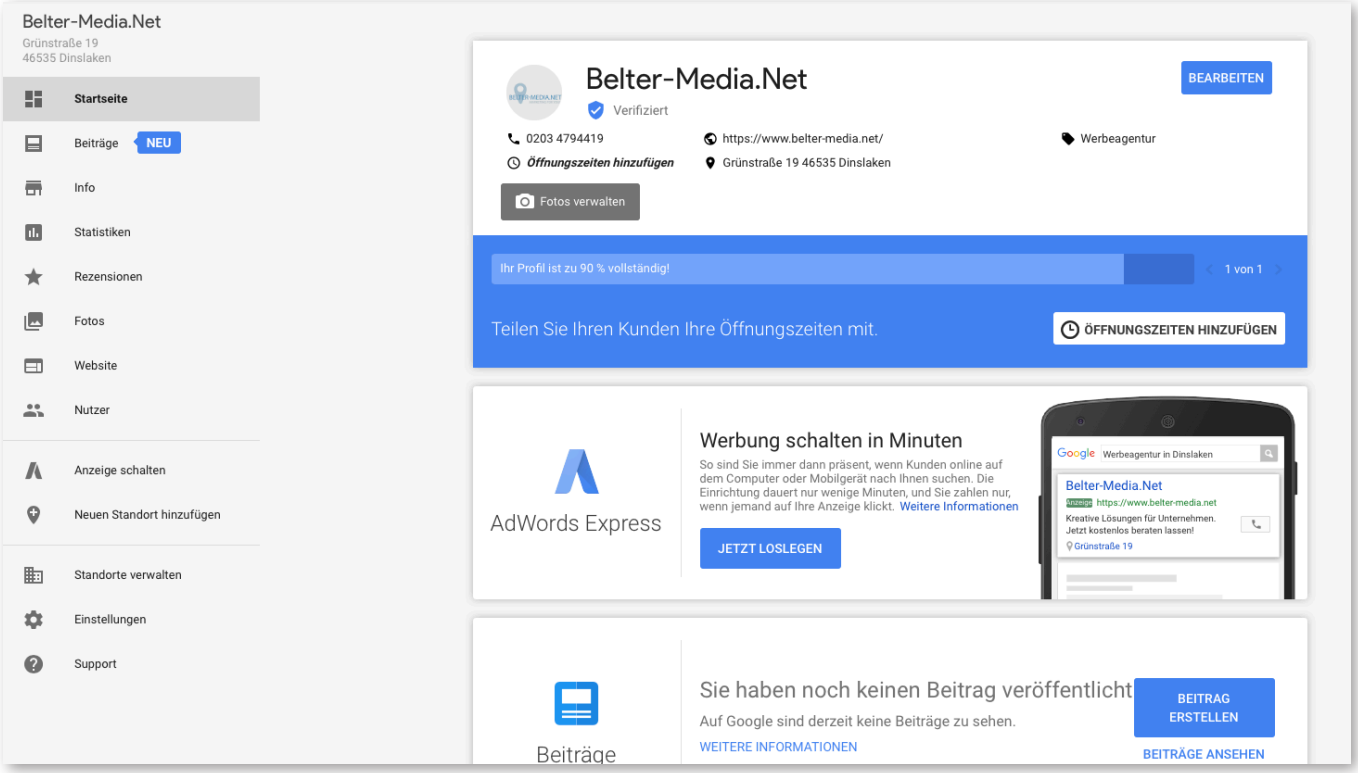

Abb. 10: Beispielansicht des Google Business-Accounts. Hier können Sie Ihre Angaben anpassen, Google-Anzeigen schalten und auch Statistiken abrufen (Anzahl Suchende, Besucher Ihres Profils, Klicks, usw.)

Abb. 11: Unter Facebook.com können Sie sich mit ein paar Klicks registrieren.

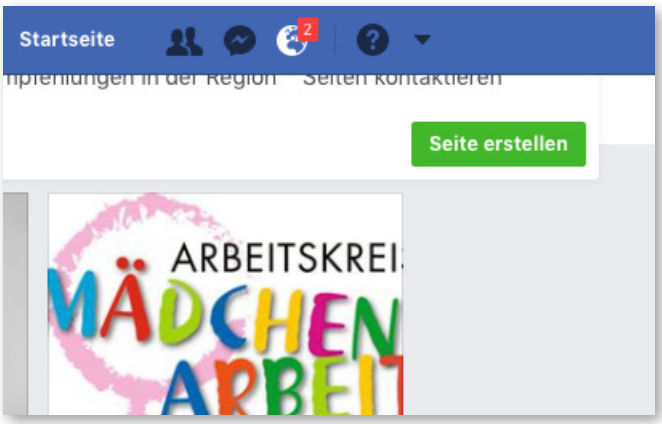

Abb. 12: Unter der Rubrik Seiten findet sich rechts oben ein grüner Button „Seite erstellen“

Facebookseite einrichten

- Gehen Sie auf die Facebookseite unter www.facebook.com
- Melden Sie sich mit einem vorhandenen Account an (oben im dunkelblauen Bereich) oder registrieren Sie sich mit einem neuen Konto (unten). Dafür müssen Sie angeben: Vorname, Nachname, Email oder Handynummer, ein selbstgewähltes Passwort für den späteren Zugang, Geburtstag, Geschlecht.
- Sind Sie nun in Facebook eingeloggt, so handelt es sich um ein persönliches Profil (es ist noch nicht die zukünftige Firmenseite!).
- Erstellen Sie nun eine neue Firmenseite, in dem Sie in der linken Menüleiste unter der Kategorie „Entdecken“ den Menüpunkt „Seiten“ klicken.
- Im anschließenden Bildschirm können Sie rechts oben eine grüne Schaltfläche (auch Button genannt) drücken. „Seite erstellen“.
- Geben Sie die nötigen Daten zu Ihrer Firma ein, laden Sie Fotos für das Profilbild (bspw. Logo) und das Titelbild hoch. Achtung: ein Impressum ist wie bei Webseiten Pflicht, d.h. geben Sie Ihre Angaben (Verantwortlich, Adresse, Firmierung, usw.) unter Impressum ein.
- Schreiben Sie Newsbeiträge & sammeln Sie „Gefällt Mir“-Angaben.

Abb. 13: Eine Facebook-Seite für Firmen mit Infos, Dienstleistungen, Profil- und Titelbild, Bildern, Bewertungen.

Business-Support - Ihr Unternehmen online © 2017 Belter-Media.Net

Google Ads

Für gezielte Online-Kampagnen lassen sich Google Anzeigen (auf engl. Advertising = Ads) schalten. Diese werden je nach Auswahl bspw. in den Google-Suchergebnissen angezeigt. Sucht ein Interessent eine Dienstleistung oder ein Produkt (und Sie haben eine Anzeige für diese Kategorie geschaltet), so wird Ihr Beitrag oberhalb der eigentlichen (auch genannt „organischen“) Suchergebnisse angezeigt. Klickt der Suchende dann auf Ihre Anzeige, so bezahlen Sie einen gewissen vorher vereinbarten Beitrag (Cost per Click = Kosten bei Klick auf Anzeige, bspw. 80 Cent). Die Höhe der Kosten ist abhängig von Ihrem Wunsch, aber auch von der Konkurrenz je Dienstleistungs- bzw. Produktsegments. Bei stark konkurrierenden Geschäftsfeldern würden Sie mit einem kleinen voreingestellten Wert nicht konkurrieren können - nur die höher bezahlten Anzeigen Ihrer Konkurrenz würden geschaltet. Neben normalen Textanzeigen kann man auch Display-Anzeigen schalten, die bspw. auf Partnerseiten von Google angezeigt werden und mit Grafiken funktionieren.

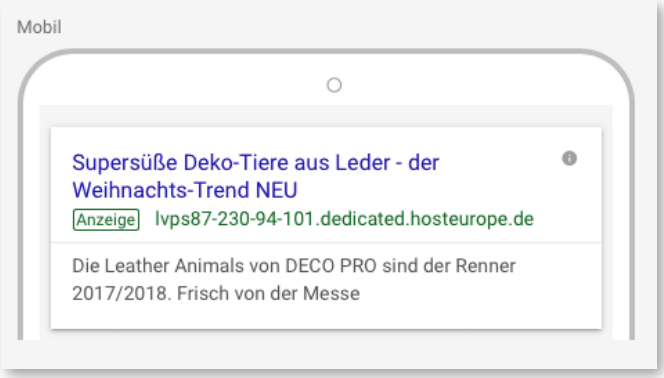

Abb. 14: Eine Google-Anzeige (Ad) mit Vorschau für ein Smartphone.

Facebook Ads

Auch in Facebook lassen sich Anzeigen schalten. Diese werden im Newsfeed der Benutzer angezeigt und sind markiert mit „Vorgeschlagener Beitrag“. Bei Facebook-Anzeigen wird zeitlich abgerechnet, bspw. investieren Sie für eine Anzeige 8€ und sie läuft 3 Tage. Bei der Anzeigenschaltung läßt sich genau einstellen, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten:

- Alter, Geschlecht der Facebook-Benutzer
- Interessen
- Ort (bspw. Ihr Firmenstandort + 40km oder NRW oder Deutschland gesamt, usw.)

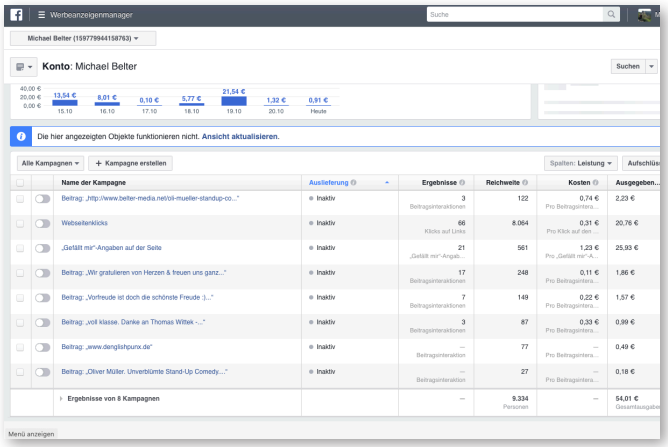

Abb. 16: der Werbeanzeigen-Manager von Facebook gibt einen Überblick über aktive und ruhende Anzeigen.

Statistiken

Google wie auch Facebook bieten Basisauswertungen wie Anzahl Klicks, Reichweiten, demografische Daten, u.ä.

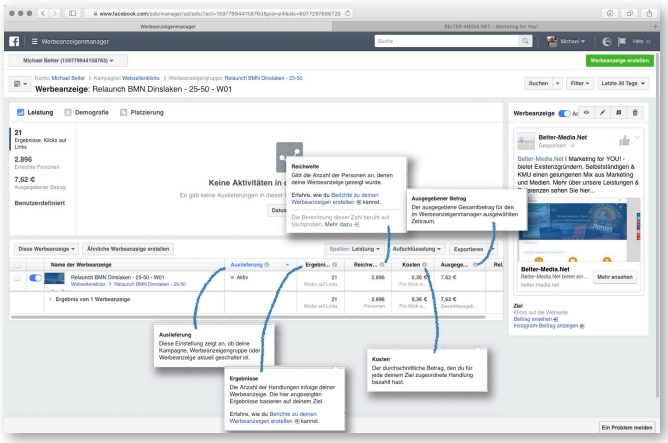

Abb. 15: Statistiken zu Anzeigen in Facebook mit Reichweite, Klicks, Kosten

Statistiken und Analyse

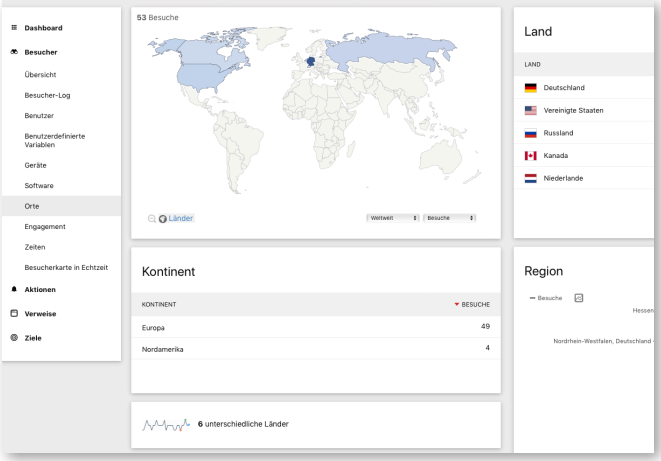

Abb. 17: Die Statistiksoftware Piwik zeigt Besucherklicks, Herkunft der Besucher nach Ländern und weitere Daten an.

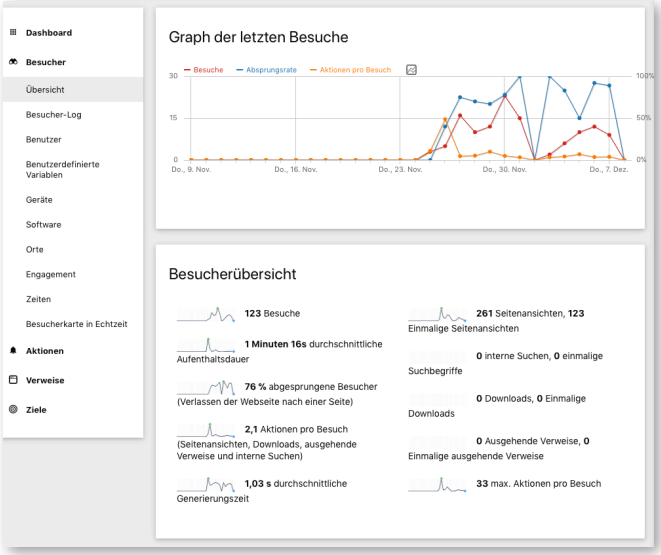

Abb. 18: Letzte Besucher, Absprungrate, Aktionen pro Besucher (Piwik)

Erfolg will gemessen werden

Die Wirkung von Online-Maßnahmen wie das Erstellen von Website-Beiträgen, Schalten von Google- und Facebook-Anzeigen („Ads“), SEO-Optimierungen lässt sich nur schwer einschätzen. Daher ist Messen angesagt. An folgenden Punkten lassen sich Reaktionen messen:

- Website: Besucher, Klicks auf Seiten & Landing Pages, Verweildauer, Absprünge, Herkunft, usw.
- Google- und Facebook-Ads: Klicks auf Anzeige, Reichweiten, demografische Daten (Anteil Männer, Frauen, weiterhin nach Alter, Ort)
- Google-Business: Klicks, Suchen in Google, Anruf Telefonnummer.
- Facebook-Seite: Klicks, Besucher, erreichte Personen mit Beiträgen.
- Google Search Console: liefert Daten zur Suche nach der Firmenhomepage, u.a. Suchbegriffe, Anzahl Suchen, Klicks.

Beispielszenario

Sie möchten Google Ads (Anzeigen) schalten, in denen Ihr Produkt beworben wird. Auf Ihrer als CMS-System realisierten Website erstellen wir dazu eine sogenannte Landing Page - eine Unterseite, auf der die Besucher nachher landen sollen, wenn sie in Google auf Ihre Anzeige klicken. Diese Seite wird so gestaltet, dass Sie den jeweiligen Zweck erfüllt (Information, Kaufentscheidung herbeiführen, u.ä.). Zusätzlich wird die Google-Anzeige mit Kampagnenparametern versehen. Durch diese Vorbereitungen lassen sich in einer Statitiksoftware nachher genau die Kampagnenzahlen erfassen & Sie bekommen ein Feedback, ob die Anzeigenschaltung erfolgreich war oder nicht.

Statistik-Software

Für Statistiken und Auswertungen werden üblicherweise verwendet:

- Google Analytics
- Piwik
- etracker

Impressum: Autor Michael Belter, Waldheideweg 95 A, 46562 Voerde, Tel: 02855-9389651, Email info@belter-media.net, www.belter-media.net. Dieses PDF-Dokument enthält Screenshots der jeweiligen Anbieter (Google, Facebook, Branchenverzeichnisse). Alle Rechte an den Marken liegen bei den Inhabern. Weitere Grafiken sowie Fotos von Michael Belter.

Business-Support - Ihr Unternehmen online © 2017 Belter-Media.Net

- Econda

Google Analytics liefert gute und detailierte Ergebnisse, ist jedoch bezüglich des Themas Datenschutz in Deutschland umstritten, u.a. wegen der Datenhaltung auf US-amerikanischen Servern. Momentan empfehlen wir Piwik für die Auswertung Ihres Weberfolgs. Wir bieten eine Piwik-Installation auf deutschen Servern an, so dass genaue Auswertungen möglich sind, aber die Bestimmungen für den Datenschutz eingehalten werden können. Folgende Kriterien werden berücksichtigt:

- Daten auf deutschem Server
- IP-Adressen werden anonymisiert (keine User-bezogene Auswertung möglich).
- Datenschutz-Erklärung (Hinweise für User)
- Opt-Out-Cookie (verhindert Tracking, wenn User es wünscht).

Web-Erfolg ist machbar

Sie sehen: mit einer Firma „online zu sein“ bedeutet nicht nur, eine Website einzustellen. Es gibt viele spannende Wege, Ihre Web-Aktivitäten auszuweiten & Ihr Unternehmen voranzubringen. Vielleicht hat Ihnen unser Ratgeber ein wenig Ansporn gegeben, schon mal das eine oder andere Thema anzufassen. Bei den hier im Dokument erwähnten Strategien können wir Sie unterstützen.

Haben Sie Fragen zur Umsetzung Ihres Web-Erfolgs?

Schreiben Sie uns eine Email an info@belter-media.net

Weitere Informationen auf www.belter-media.net

Über den Autor

Michael Belter, „Head of“ bei Belter-Media.Net, Mitglied der IHK Duisburg und der Handwerkskammer Niederrhein. Seit 2010 bietet Belter-Media.Net seinen Kunden einen gelungenen Mix aus Marketing und Medien. Online-Marketing, gelungenes Grafikdesign & hochwertige Foto- und Videoproduktion arbeiten für einen überzeugenden Unternehmensauftritt seiner Kunden. Überzeugende Druck- und Werbeerzeugnisse (Visitenkarten, Flyer, Broschüren, KFZ- und Schaufenster-Beschriftung) und Geschäftsausstattung (Rechnungsvorlagen, Stempel, u.ä.) runden das Angebot ab und sprechen besonders Selbstständige, Existenzgründer und KMU (kleine bis mittlere Unternehmen) an.