

High Involvement Marketing mit Suchmaschinen

Wie Sie das Potenzial Ihrer Website entfalten können





High Involvement Marketing Produkte

- Preis
- Kosten
- Wert

- Auswirkung
- Emotionen



High Involvement Marketing Verhalten

- zielgerichtet, lösungsorientiert
- kritisch, rational, souverän

- aktiv, intensiv
- ausdauernd, umfassend



High Involvement Marketing Informationssuche

- sammeln
- vergleichen, bewerten
- ausdrucken
- vertiefen, wiederkehren

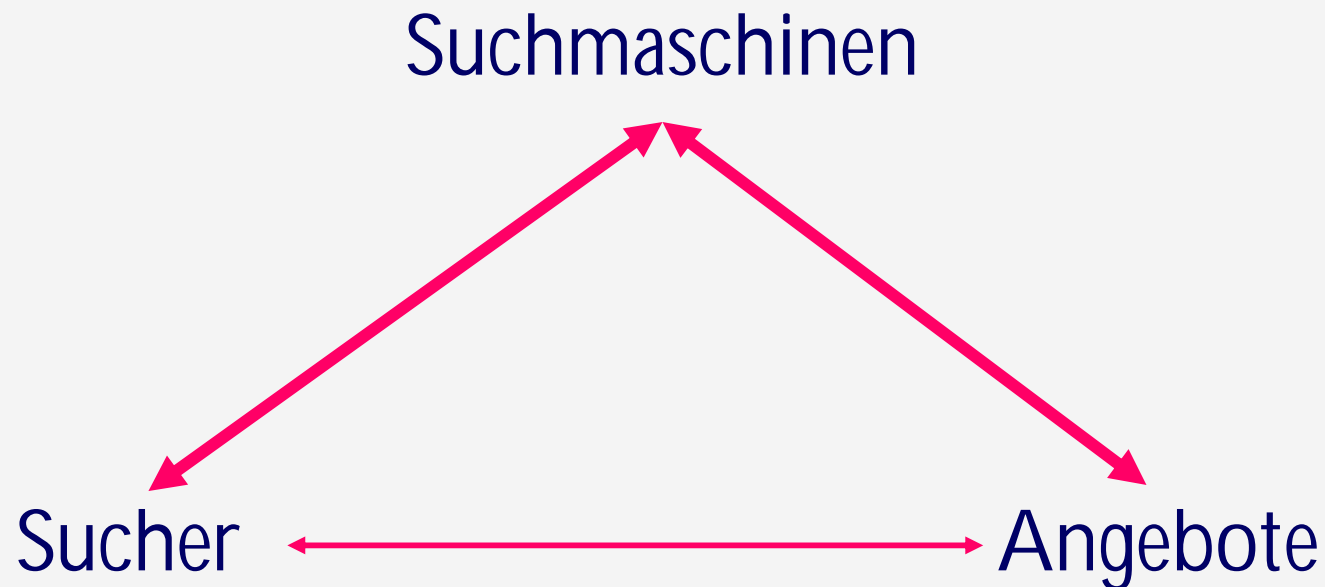


High Involvement Marketing Quellen

- Anzahl, Umfang, Aktualität:
- Verzeichnisse
- Suchmaschinen

Involvierte Marktteilnehmer auf der Suche

Sucher- und Suchmaschinen-freundlich





Optimierungs-Alltag

Wie sieht die Website-Realität aus?

- Selbstverliebte Selbstdarsteller: „Wir über uns“, Wir sind die Schnellsten,.....
- In Schönheit sterben: Nur Werbung, wortlose Bilder, Flash Skip Intro,.....
- Technik um der Technik willen: Navigation, Frames-Relikte,.....



High Involvement Konzept

Besser vorher Top Down als nachher Bottom up!

- Analyse
- Marketing
- Optimierung
- Realisierung
- Evaluierung



Analyse Webauftritt Geschäftsführung

- Ziele, Strategie
- Geschäftsfelder
- Produkte, Dienstleistungen
- Zielgruppen
- Struktur, Sollkonzept



Marketing

Marketing, Vertrieb, ...

- Produkte, Dienstleistungen, Prioritäten
- Website-Zielgruppen
- Website-Inhalte, Schlüssel-Begriffe

(Diverse Beispiele der Aussteller)



Optimierung

Marketing, Presse-Abteilung, Agentur ...

- Copywriting für Texte
- Copywriting für Bilder
- Copywriting für spez. HTML-Elemente, Attribute

∅ Copywriting für Sucher und Suchmaschinen

(Diverse Beispiele der Aussteller)



Realisierung

„Simple Technik für Sucher und Suchmaschinen“

- Weniger ist mehr
JavaScript, ActiveX,
- Suchmaschinen indexieren Text
Flash, Bilder
- Form follows function
Zielgruppe bestimmt das Layout

(Diverse Beispiele der Aussteller)



Evaluierung

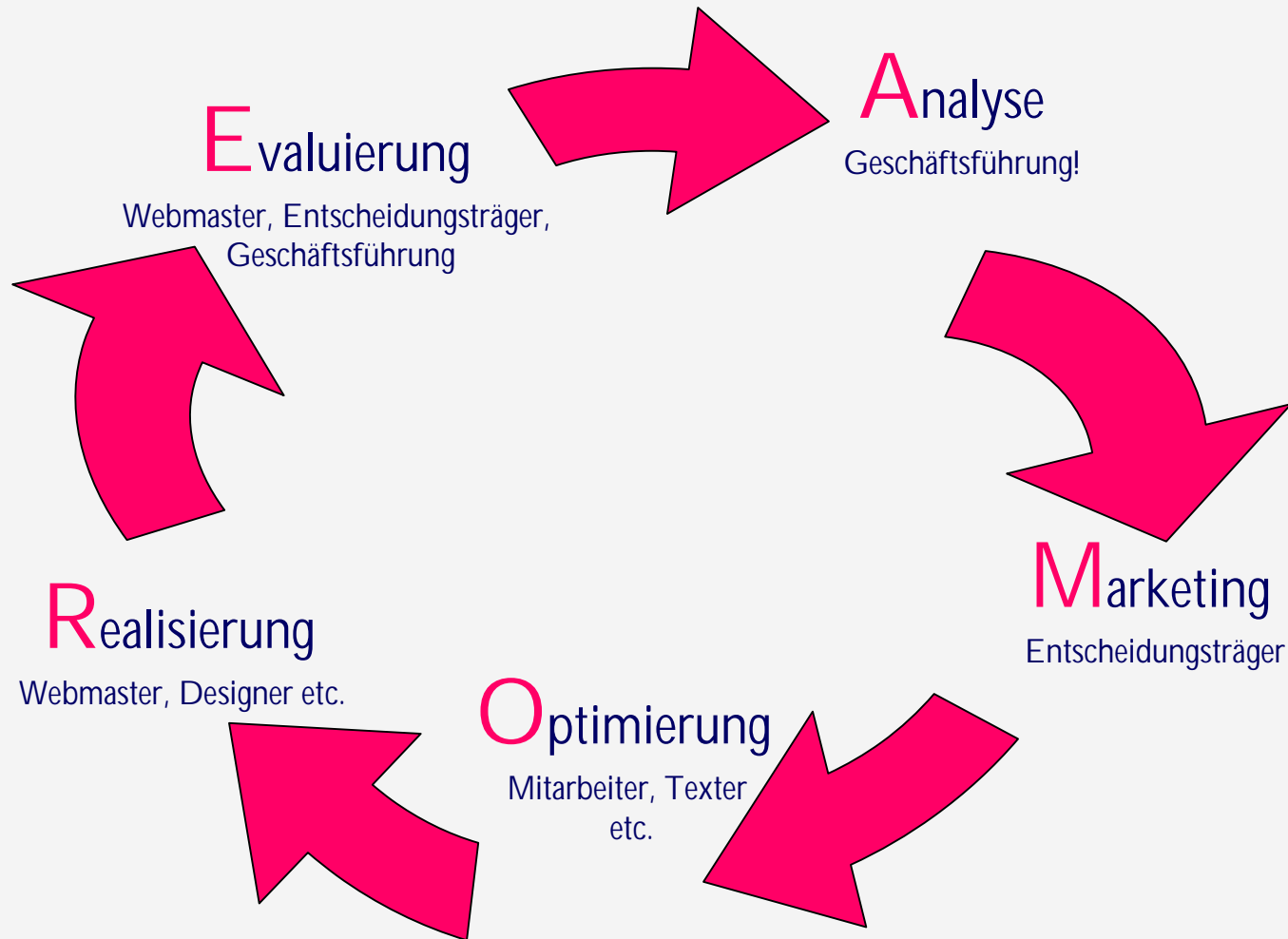
„Kontrolle, Kontrolle, Kontrolle“

- Änderungen: Angebote, Sucher, Suchmaschinen, Konkurrenz
- Server und Client: Logfile-Analyse und User-Tracking
- Follow up, Anpassungen



Am Ende siegen die überzeugenden Wörter

... wenn Sie **AMORE** als ganzheitlichen Prozess verstehen



Herzlichen Dank!

www.sales-marketing-messe.de

16. - 17. Februar 2005 im Forum am Deutschen Museum München - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Gehe Lesezeichen Extras Hilfe

▣ Direktmarketing ▣ Display & Aussenwerbung
▣ Electronic Marketing ▣ Event & Messemarketing
▣ CRM Customer Relationship Management ▣ Werbemittel

Sales-Marketing-Messe, 16. - 17. Februar 2005 in München

Uli Hab, Dialog-Factory GmbH Mediengruppe Pressedruck
[weitere Infos...](#)

16:00 - 16:30 High-Involvement Marketing über Suchmaschinen - Wie Sie das Potenzial Ihrer Website entfalten können
Anhand der Webauftritte einiger Aussteller erfahren Sie, wie Sie Ihre Website für Sucher mit AMORE fit machen:
- Analyse: Die Macht der Suchmaschinen als Mittler
- Marketing: Ziele und Zielgruppen, Text & Text-Anzeigen
- Optimierung: Sucher- und Suchmaschinen-relevante Gestaltung
- Realisierung: Dos & Donts
- Evaluierung: Von der Kontrolle bis zum Follow-up
Dr. Karl Keller., Optimierung.Net, München
[weitere Infos...](#)

Donnerstag, 17.02.2005

Forum I

10:00 - 10:30 Vertriebsunterstützende Kampagnen sind der Schlüssel zum Erfolg
Immer mehr Unternehmen setzen auf leistungsorientierte Abrechnungsmodelle.
- wie funktioniert es?
- was ist erfolgreich?
- wie unterstützen Kampagnen den Vertrieb?
Wolfgang Bscheid, Geschäftsführer, mediascale GmbH & Co. KG
[weitere Infos...](#)

10:30 - 11:00 Mehr Kunden, mehr Service, mehr Umsatz für Hersteller, Dienstleistungs- und Medienunternehmen durch Einsatz eines Customer Interaction Centre (C.I.C.)
- Neue Kunden gewinnen, Bestandskunden ausbauen
- Das C.I.C. als strategische Schnittstelle zum Kunden
- Effizienz- und Performanceeffekte

HOME ::
Konzept ::
Aussteller ::
Besucher ::
Messeangebot ::
Vorträge ::
Marketing ::
5 Gründe ::
Kontakt ::
Impressum ::

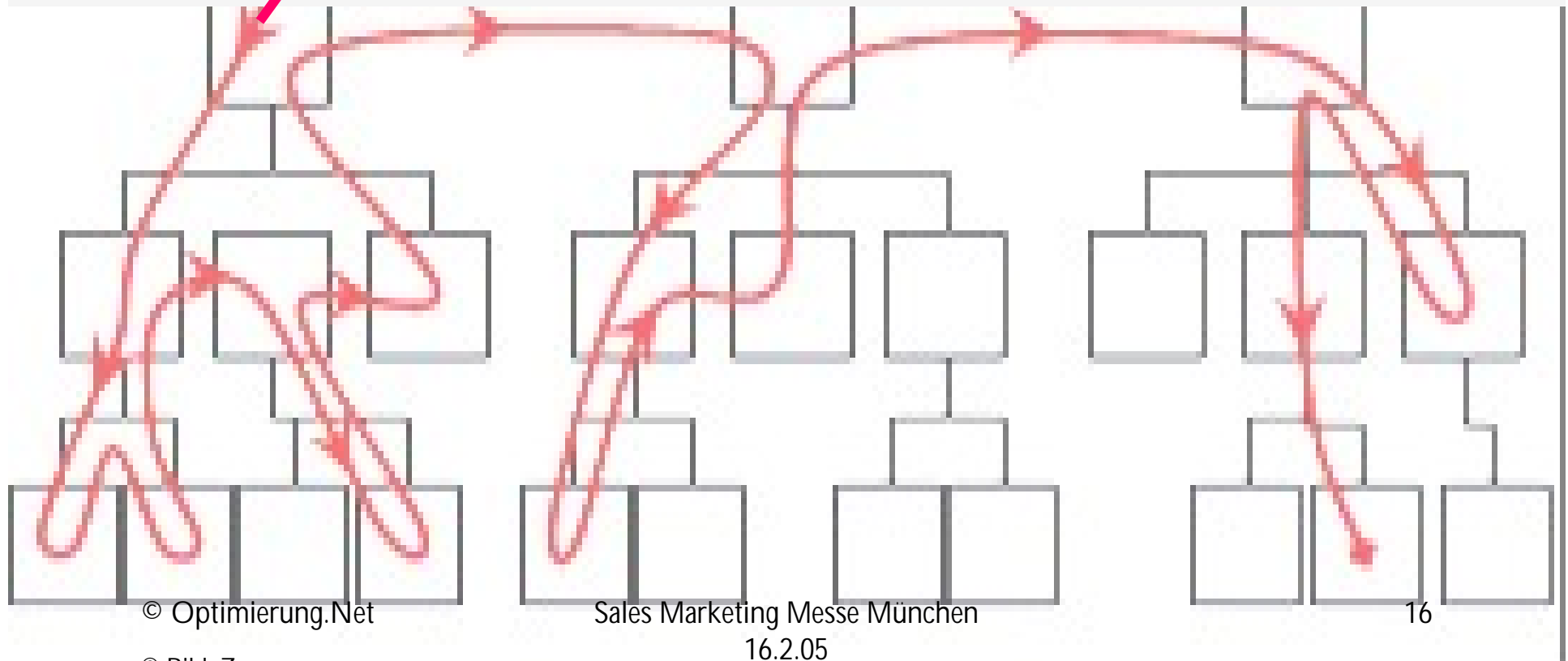
Medienpartner

sales
CallCenter
absatzwirtschaft
online
acquisa
ONE@ONE
Disag über alle Medien
www.one@one.de
ecommerce
HORIZONT
press
isreport

© 2003 newCOMer

Mehr Erfolg durch Optimale Positionen

wünscht Ihnen
Optimierung.Net
mail@Optimierung.Net



© Optimierung.Net

© Bild: Zorno

Sales Marketing Messe München
16.2.05

16