

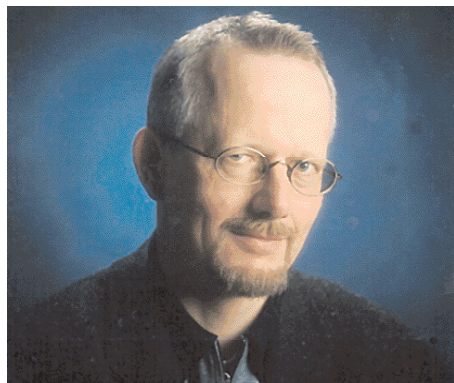
So werde ich im Internet gefunden

Ein Beitrag von Thomas Zehender

Was nützen die schönsten Internet-Seiten, wenn Sie niemand findet? Das können Sie selbst tun, damit Interessenten und Kunden auf Ihre Seite kommen.

Eine Vorbemerkung: SEO oder Suchmaschinenoptimierung hat Konjunktur und nicht alle SEO-Anbieter arbeiten seriös. Grundsätzlich kann man Suchmaschinen wie Google nicht optimieren, sondern allenfalls die eigenen Seiten. Bevor Sie Geld für SEO ausgeben, sollten Sie besser Ihre Hausaufgaben machen!

- Dies beginnt bei der Auswahl Ihrer Domain. Ein Name wie www.textildruck-siebheimer.de bringt mehr als nur www.siebheimer.de.
- Jede Seite erhält einen individuellen Seiten-Titel, der im blauen Balken des Browsers angezeigt wird.
- Füllen Sie für jede Seite sorgfältig (!) die so genannten Meta-Tags aus.
- Melden Sie Ihre Seite bei Google an, der Suchmaschine Nummer eins. Den Link finden Sie auf der Google-Startseite (www.google.de) unter „mehr“. Klicken Sie anschließend unter der Rubrik „Für Webseitenbetreiber“ auf den Link „Unternehmensangebote“ und erstellen Sie Ihren kostenlosen Eintrag in Google Maps – vergleichbar mit den traditionellen „Gelben Seiten“.



Der Autor

Thomas Zehender (profitextulm – Büro für Öffentlichkeitsarbeit) leistet als Journalist neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch die redaktionelle Pflege von Internet-Seiten.
www.profitextulm.de

Notfalls beauftragen Sie Ihren Internet-Dienstleister mit diesen Hausaufgaben!

Mittlerweile können Sie Ihre Seite bei unzähligen Webverzeichnissen und -katalogen anmelden. Wichtig ist neben Google der Eintrag unter www.dmoz.de, dem größten selbst verwalteten Internet-Verzeichnis. Ansonsten gilt für Ihre Einträge: je spezieller die Verzeichnisse, umso besser!

Melden Sie sich kostenlos bei XING an (www.xing.com) und schreiben Sie in diesem Netz für Geschäftsleute regelmäßig kleine Fach- oder Diskussionsbeiträge in den Foren.

Versehen Sie alle Schriftstücke, die Ihr Haus verlassen, mit einem deut-

lichen Hinweis wie z. B. „Die neuen Seiten von Textildruck Siebheimer“ nebst Seitenadresse. Auch bei Print-Anzeigen sollten Sie fortan immer Ihre Internet-Adresse einbauen und auf Aktionen oder Angebote hinweisen, die nur auf Ihren Internet-Seiten abgerufen werden können.

Suchen Sie nach qualifizierten Link-Partnern, die auf Ihre Seiten verweisen. Hilfreich ist dabei die kostenlose Testversion des Programms ARELIS (www.axandra.de).

Mein Lieblings-Tipp:

Besorgen Sie sich Kennzeichenträger für Ihren Fuhrpark mit Firmenname und Internet-Adresse. Oder wollen Sie weiter für Ihr Autohaus Reklame machen?

Und wie sieht es mit der Erfolgskontrolle aus? Die liefern Ihnen Tracking-Programme wie Google Analytics (bei Google unter „Unternehmensangebote“) oder der ebenfalls kostenfreie, jedoch englischsprachige Statcounter (www.statcounter.com). Diese Programme geben Ihnen Aufschluss über folgende Fragen: Woher kommen meine Besucher, wie bewegen sie sich innerhalb meiner Internet-Seiten und bei welcher Seite steigen sie wieder aus. „Tote“ Seiten sollten Sie entweder überarbeiten oder streichen.

In der dritten und letzten Folge in der TVP 4/2007 geht es um das Thema „Werbung im Internet – der große Unterschied“.