

M i t t w o c h , 5 . S e p t e m b e r 2 0 0 7

Suchmaschinenmarketing als solches....

In den letzten Wochen habe ich mich bewusst mit dem Schreiben zum Thema Suchmaschinenmarketing auseinandergesetzt. Ich habe mir viel Zeit genommen den sogenannten Suchmaschinenmarketing zu untersuchen. Für mich erstaunlich, dass es zwar viele Anbieter von Suchmaschinenmarketing gibt, die wirklich zu "Wissen" scheinen, wie sich das Suchmaschinenmarketing aufteilt. Sogar in SEA (Search Engine Advertising) und SEA (Search Engine Advertising). Hmmh, strange. Eine Agentur die sich auf SEM (Suchmaschinenmarketing = Search Engine Marketing) hat, sollte demnach SEO & SEA anbieten. Der richtige Mix aus beidem bietet die beste Möglichkeit für Visibility und Performance. Unter SEA verstehen wir geschaltete Werbung bei den Suchmaschinen (Search Engine Advertising) wie Adwords bei Google. Wer SEA anbietet und sich als SEA-Professional (Search Engine Advertising Professional) erarbeitet hat, gilt nicht zwingend (in den meisten Fällen definitiv nicht) als SEO-Professional, ist aber sicher etwas, was ein Suchmaschinenmarketing-Anbieter auf Mitarbeiter haben sollte. Im SEA-Bereich finden wir vorwiegend Texter und Werber die sich mit dem Suchmaschinenmarketing beschäftigen. Das SEA darf jedoch vom SEO nicht unterschätzt werden. Ein SEO bei Google erfolgreich platziert wird vergehen immerhin 6 Monate. Welche Suchmaschinenmarketing-qualitativen Traffic zu verzichten? Keiner! Dieses Loch soll und muss mit SEA gefüllt werden. Ein SEO da für Platzierungen Gebote abgegeben werden müssen. Dabei bezahlen sie für "Produkte-Namen", auf welchen sie sogar das Copyright besitzen. Die amerikanische Regierung ist die erste Industriezweige darauf reagiert und verbietet zum Beispiel die Wiederverkäufer das Schalten von Werbung auf dem "Marriott"-Brand. Dadurch hat Marriott die Kontrolle über die Wiederverkäufer ja, aber diese auch noch als Konkurrenten und damit die Kontrolle über die Wiederverkäufer zu zulassen entspricht wohl kaum einer Unternehmens-Online-Marketing-Strategie. Man bei Google eine Markenverletzung platzieren. Diese hilft beim SEA kostenlos. Verträge mit Wiederverkäufern auch explizit SEA-Aktivitäten ausschließen. Der SEA-Bereich von keinem SEA-Nutzer vergessen und/oder unterschätzt werden. Durch den Einsatz von SEA längerfristig senken und der ROI im Gegensatz zum SEA-ROI steigern. Ein GAP (Google Adwords Professional). Technisches Know-How erachte ich noch immer als wichtig für den langfristigen Erfolg. Eine Webseite muss für den Crawler lesbar/zugänglich sein. Jedes einzelne Dokument muss innert 3 Klicks von der Startseite erreicht werden. Die Webseiten müssen Titel haben. Headings (Headlines) gehören ebenso dazu. Paragraphen erleichtern den Besucher und den Suchmaschinen-Robot (Crawler). SEO's sollten Kunden bei der Entwicklung von Richtlinien von Suchmaschinenbetreiber halten. Fehler eines SEO's können bei der Entwicklung Grund von eingesetzten Technologien verursachen, welcher zu einem Einnahmeverlust führen darf nie das Risiko des Kunden sein. Erfolg im SEO hängt auch mit der Popularität der Webseite. Seriöse SEO's bauen qualitative Links auf die Kunden Webseite auf. Qualitative Links führen zur Kundenseite. Anders als von anderen sogenannten Suchmaschinenmarketing-Anbietern können in diesem Umfeld auch Linktausch mit Themen-Relevanten Sites Erfolg bringen. Die Kundenseite verewigen, ob im Source-Code oder sogar mit einem Link, sollten die Popularität ihrer eigenen Seite. Schön das die Position 1 bei Google Schwere Bedeutung hat. den Begriff "Suchmaschinen Marketing" genau auf diesem "unseriösen" Modell basieren, obwohl nie (persönliche Meinung...). Erstaunlicherweise habe ich im Zusammenhänge mit dem Kauf viel über den Kauf von Links zur Förderung von Popularität gelesen. Hallo? Warum? Eine qualitative Seite diese auch auf Grund Ihrer Attraktivität und Qualität bekommen. Google bestraft werden. Wer einen Link kauft sollte dies nur dann tun, wenn er direkten Traffic erwartet und nicht versucht die Suchmaschinenresultate zu "manipulieren". verkaufen gilt der Grundsatz: "no follow" im href. Wie man wohl unschwer verkaufen kann. Technik, Texten und Werbung zu tun. Tja, ich hoffe, das jetzt SEO- und SEA-Anbieter unterscheiden, ob SEO- oder SEA-Angeboten wird, damit auch Kunden verstehen können. Suchmaschinenmarketing abdecken.

G e s c h r i e b e n v o n R o g e r B a l m e r i n A k t u e l l u m 1 1 : 1 0

anscheinend wurden die letzten wochen doch nicht richtig genutzt, um sich ueber suchmaschinenmarketing wie sonst ist es zu erklaren, dass sie noch nicht einmal den unterschied zwischen SEO und SEA von SEM, sondern ein eigenstaendiges arbeitsgebiet. durch SEO-massnahmen wird versucht suchmaschinen zu plazieren - mit schalten von werbung in form von sponsored links hat

Anonym am Sep 6 2007, 11:35

Tja Herr Müller (falls Sie so heissen),
Da haben Sie wohl was in der Entwicklung verpasst. Meine inzwischen bald 12 Jahre Erfahrung geben mir recht. SEO & SEA sind Bestandteile von SEM. Aber eben, jedem das Seine. Search Engine Marketing. Darin gliedern sich jedoch beide Welten. Organic und Advertising nachlesen....

Anonym am Sep 6 2007, 18:55

naja herr max müller...da muss ich ihnen wohl auch widersprechen . SEO & SEA gehören name ja schon sagt, search engine marketing. darüber könnte man dann noch internet marketing

Anonym am Sep 25 2007, 17:37