

M i t t w o c h , 1 9 . S e p t e m b e r 2 0 0 7

Markenschutz und Google AdWords?

Heute wurde ich von einem Kollegen darauf hingewiesen, dass gestern ein inter veröfentlicht wurde. Als ich gelesen habe, dass Migros / LeShop mit dem Such schaltet, glaubte ich erstmals ich spinne. Die Frage die wir uns stellen müssen gewährleisten? Google? Coop? Migros verletzt jedenfalls eindeutig den Markenschutz von Coop in Anspruch genommen werden könnte. Da es sich um eine geschützte aus, dass Google eine solche Anzeige nicht zulässt. Dem ist jedoch nicht so. entsprechende Verletzung mitteilen und den Missbrauch anprangern. Da sag ich Doch bedenkt, dass Markenverletzungen nicht billig sind....

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 G o o g l e u m 1 7 : 4 0

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 die Google Adwords Professional. 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 besten Ergebnisse. Visibility und Performance. Unter SEA verstehen wir geschaltete Werbung bei Suchmaschinen (Search Engine Advertising) wie Adwords bei Google. Wer SEA anbietet und sich als Suchmaschinenmarketing Professional erarbeitet hat, gilt nicht zwingend (in den meisten Fällen definitiv nicht) als Suchmaschinenmarketing-Anbieter auf Mitarbeiter-Ebene. Es gibt jedoch immer noch etwas, was ein Suchmaschinenmarketing-Anbieter auf Mitarbeiter-Ebene sein sollte. Im SEA-Bereich finden wir vorwiegend Texter und Werber die sich mit Suchmaschinen 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 Erfolg 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. wohl nie (persönliche Meinung...). Erstaunlicherweise habe ich im Zusammenhang mit dem 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. 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