



Expertentipp: Fünf Tipps für erfolgreiches Online-Marketing

So wird Ihr Online-Marketing zum Erfolg

*Oliver Knittel ist Inhaber der **insure-IT** Assekuranz Consulting mit Sitz in Bad Homburg und berät Versicherungen bei der Umsetzung neuer Strategien. Für Marktplatz-Mittelstand.de gibt er Empfehlungen für erfolgreiches Online-Marketing und geht hierbei insbesondere auf strategische Überlegungen ein.*

Veröffentlichung im:



insure-it™ Assekuranz Consulting
Höllsteinstraße 20 h
D-61350 Bad Homburg
o.knittel@insure-it.de
Fon 0178.766 666 0
Fax 0178.99.766 666 0

Dieser Artikel wurde am 21.10.2007 im Marktplatz Mittelstand veröffentlicht.



Assekuranz Consulting

Oliver Knittel

Fünf Tipps für erfolgreiches Online-Marketing

So wird Ihr Online-Marketing zum Erfolg

Die Bedeutung des Online-Marketings wächst, und auch die Möglichkeiten gehen weit über die verlinkten Banner aus den Anfangstagen der Onlinewerbung hinaus. Heute versteht man darunter alle Marketingaktionen, die mit Hilfe des Internets erfolgen können. Teilgebiete sind klassische Online-Werbung, Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Marketing und Artikel-Marketing.

Während Großunternehmen die vielfältigen Chancen des Internet-Einsatzes erkannt haben, steht der Mittelstand dem Internet noch eher skeptisch gegenüber. KMU verfügen in der Regel nicht über das Budget und das Know-how von Großunternehmen, die es sich leisten können, eigene Abteilungen für Online-Marketing zu beschäftigen. Dennoch ist diese Skepsis unbegründet, da KMU die größenbedingte Nachteile damit ausgleichen können, indem Sie durch kürzere Entscheidungswege die Potentiale schneller realisieren können als große Unternehmen.

Zögern Sie daher nicht und nutzen Sie die Chancen des Online-Marketings:

1. Entwickeln Sie systematisch Ihre Kommunikation

Sie kennen sich in Ihrem Markt aus und Ihre Arbeit macht Ihnen Spaß. Wenn niemand weiß, dass es Sie gibt, dann weiß auch niemand, dass er genau das bei Ihnen bekommt, mit Ihrem Fachwissen, Ihrem exzellenten Service und Ihrer guten Beratung. Sie müssen daher in Ihrer Kommunikation nach innen und nach außen authentisch sein. Wenn sich beispielsweise Ihre beiden Geschäftsführer nicht grün sind und die Belegschaft in zwei Lager spaltet,

werden Sie keinen Erfolg haben, wenn Sie auf Ihrer Homepage mit dem Slogan „Wir sind ein Team“ werben. Entwickeln Sie daher systematisch Ihre Kommunikation und prüfen Sie, ob diese zu Ihrem Unternehmen passt und sich alle Mitarbeiter und Kunden damit identifizieren können.

2. Bringen Sie Ihre Homepage in Ordnung

Fast alle Maßnahmen des Online-Marketings führen Ihre potenziellen Kunden zunächst auf Ihre Homepage. Surfer sind sehr ungeduldige Menschen. Finden sie nicht das Gesuchte, sind sie einen Klick weiter und werden Ihre Seite künftig meiden. Denken Sie also daran, Ihre Homepage so aufzubauen, dass alles schnell auffindbar ist. Die Kunden sind zu 99 % Ihrer Zeit auf anderen Homepages. Verzichten Sie daher auf Experimente in der Navigationsstruktur und platzieren Sie Ihr Angebot so, wie Ihr Kunde es erwartet. Vielleicht bitten Sie einmal jemanden, der Ihren Internetauftritt noch nicht kennt, ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Dienstleistung zu suchen. Versuchen Sie sich in Ihren Kunden hinein zu versetzen und es machen Sie es ihm möglichst so leicht wie möglich, Ihre Produkte zu finden.

3. Bauen Sie Image und Vertrauen auf

Wer kennt Sie nicht? Die reißerischen Anpreisungen sofort zu kaufen und die aggressiven Aufforderungen sofort zu handeln. Diese Formen des Online-Marketings sollen meistens kurzfristige Umsätze generieren, bleiben aber in der Praxis fast immer hinter den Erwartungen zurück. Sie sollten daher auf diese Art der Werbung verzichten und den Schwerpunkt darauf legen, bei Ihren potenziellen Kunden Vertrauen aufzubauen und dies auch in Ihrer Kommunikation zum Ausdruck bringen. Sagen Sie kurz und knapp was Sie besser können als die Konkurrenz. Dies stärkt das Vertrauen Ihrer Kunden langfristig und Ihr Unternehmen punktet beim Image.

4. Greifen Sie Themen auf, die für Entscheider wirklich wichtig sind

Jede Form des aktiven Online-Marketing ist zunächst einmal unerwünscht. Versuchen Sie sich jetzt einmal in die Lage eines Top-Entscheidungsträgers zu versetzen: Er hetzt Tausende von Kilometern von Termin zu Termin, hat seine Aktionäre im Nacken, sieht sein Familie nur sporadisch und jetzt kommen Sie mit Ihrer Online-Kampagne. Eine der 100 ungelesenen E-Mails oder Werbebotschaften, die Ihr Entscheider jeden Tag erhält, ist von Ihnen. Greifen Sie deshalb nur die Themen auf, die Entscheidungsträger wirklich bewegen und zu denen Sie fundierte Informationen und Lösungen anbieten können.

5. Optimieren Sie Ihre Suchbegriffe und entlasten Sie Ihr Werbebudget

Da sich heute viele Unternehmen mit ähnlichen Marketing-Strategien im World Wide Web tummeln, werden Sie bei Eingabe eines Suchbegriffs in einer Suchmaschine mehrere Million Treffer haben. Wahrgenommen werden Sie von Ihren Interessenten jedoch nur, wenn Sie möglichst weit vorne zu finden sind. So führt beispielsweise die Eingabe von „Projektmanagement“ bei Google zu 9,8 Millionen Ergebnissen. Verfeinern Sie aber Ihre Suche und geben „Projektmanagement Versicherung“ oder „Projektmanagement Frankfurt“ ein, führt dies zu nur noch 1,4 Millionen Ergebnissen. Führen Sie deshalb als KMU eine Suchmaschinenoptimierung auf Begriffspaare oder näher eingeschränkte Begriffe wie beispielsweise Ort oder Branche durch. Damit entlasten Sie Ihr Werbebudget und erreichen Ihre Zielgruppe viel genauer.

insure-IT Assekuranz Consulting
Oliver Knittel
Höllsteinstraße 20 h
D-61350 Bad Homburg

Fon: +49(0)178-766 666 0
E-Mail: O.Knittel@insure-it.de
Internet: www.insure-it.de