

Performance Marketing

Dabei sein, ist nicht alles

pioneer communications hilft Unternehmen dabei, Spuren zu hinterlassen. Als 360-Grad-Kommunikationsagentur sind wir für viele Kunden der Partner für die Zielsetzung „**von Google geliebt zu werden**“ - weil wir den Content selbst mit Liebe für Menschen aufbereiten.

Wir säen Gedanken, komponieren SEA-Kampagnen, seeden im Social Media-Bereich und halten jede Formulierung und Grafik für eine Möglichkeit, dem Internet-Nutzer weiterzuhelfen. Denn genau das ist es, woraufhin auch Google seinen Algorithmus hin optimiert. Lernen Sie im Folgenden unser Geheimnis kennen!

In diesem Whitepaper erhalten Sie wertvolles Wissen über:

- Suchmaschinenoptimierung
- Suchmaschinenwerbung
- Analyse Ihrer Performance



Wie Ihre Online Performance zum Selbstläufer wird

Gute Coaches vermitteln ihren Klienten die Fähigkeit, einen Raum zu betreten.

„Tür auf und durch!“ ist aber nicht die Kunst: Es verlangt mehr, als sich wichtig zu machen. Gerade Online Marketing ist dann erfolgreich, wenn der Aufbau einer echten menschlichen Beziehung wirklich gelingt. Wie Sie ihre Online Performance veredeln und fast wie von selbst Sichtbarkeit erzielen, erfahren Sie hier in diesem Whitepaper.



1. Suchmaschinenoptimierung

Google liebt Sie erst, wenn alle anderen Sie lieben.

Glaubt man den Philosophen, gibt es zwei Arten von Liebe: Die eine liebt Sie, weil Sie so sind, wie Sie sind. Die andere sagt „Ich liebe Dich, weil Du so bist wie ich“. Was Google im algorithmischen Ranking entwirft, ist diese zweite Art von Zuneigung zu jemandem, der einem selbst gleicht - in Googles Fall - die Mehrheit seiner Nutzer. Wie funktioniert das?

Die Suchmaschine nutzt drei Komponenten, um ein Suchergebnis in Relevanz und Güte einzuordnen:

1. **Keywords**
2. **Linkstruktur**
3. **Nutzerverhalten**

Während es in den 2000ern noch völlig ausgereicht hat, das **Keyword** möglichst oft auf der Webseite abzubilden, können Suchmaschinen heute diesen Regelverstoß ohne weiteres filtern und abstrafen. Welchen sprachphilosophischen Kraftakt die Branche damit stemmt, zeigt sich darin, dass Google perfekte Antworten auf Keywords ranken lassen kann, die das Keyword nicht einmal erwähnen.

Am Beispiel: Früher konnte Google die Frage „Was ist die Hauptstadt von Frankreich?“ nur mit Webseiten beantworten, die Ihre Antwort „Paris“ mit <Hauptstadt> und <Frankreich> beschrieben. Heute kann Google „Paris“ ausspucken, ohne dass die Webseite <Hauptstadt> oder <Frankreich> nur erwähnen müsste.

Zusätzlich sorgt die Linkstruktur – vor allem sogenannte **Backlinks** – dafür, dass Google einer Website eine hohe Vertrauenswürdigkeit zuspricht. Denn was qualitativ hochwertig ist, auf das wird verwiesen – so die Google-Logik. Ein Grund für die besondere Güte eines Wikipedia-Links.

Das wichtigste Kriterium, das uns auch in den nächsten Jahrzehnten immer tiefer in die Augen sehen wird, ist das **Nutzerverhalten**. Via Cookies werden Sitzungsdauer, Scroll-Verhalten, Absprünge und das Klickverhalten gespeichert, als positives oder negatives Erlebnis interpretiert und in Reihe gebracht. In genau diesem Moment beweist sich das geflügelte Wort „Content ist King“ als echte Maxime. Denn Inhalte, die Nutzer „fesseln“, können Suchmaschinen einfach als bestes Suchergebnis werten.

Ernten, was man „SEOt“

Neben technischer Optimierung, die gewährleistet, dass URLs suchmaschinenfreundlich zum Crawlen bereitstehen, zahlen sich Investitionen in gut komponierte Inhalte langfristig aus. In keinem anderen Bereich ist die Sehnsucht nach qualitativem Content größer, zumal die mittlerweile überholte Algorithmus-Struktur eine Textproduktionsindustrie voll heißer Luft provoziert hat, die ihre langfristige Sinnhaftigkeit mehr und mehr in Frage stellt.

SEO-Qualitätsfaktoren

Technische Optimierung

All-Around-Analyse
konkrete Lösungen
strategisch eingebunden

Treffericher Content

echte Mehrwerte statt SEO-Texte,
neuwertig statt Wikipedia-Cocktail

On- und Offline Optimierung

Kampagnenübergreifende Relevanz,
gezielte Content-Planung,
ganzheitliche Einbettung

Suchmaschinen schaffen also Ordnung. Sogenannte Crawler durchforsten das Internet, bewerten es und bringen alles in Reihe. Das Produkt: Die Informationen der ganzen Menschheit stehen für jeden mit nur einem Klick in den organischen Suchergebnissen bereit. Der Deal: Bevor Ihnen ihre Suchergebnisse angezeigt werden, **„bedenken Sie bitte folgende Google-Empfehlungen zu Ihrer Anfrage“**, genannt: Suchmaschinen Anzeigen.

Willkommen in der Welt der Suchmaschinenwerbung!



2. Suchmaschinenwerbung

Wer geliebt werden will, muss gesehen werden

Suchmaschinen durchforsten via Links das gesamte Internet im Turnus von maximal acht Wochen. Daraus entsteht der Index, der jedem Keyword ein Ranking zuteilt. Die Wahrscheinlichkeit, mit einer neuen Domain in den Index zu gelangen, ist also sehr hoch aber braucht auch einige Zeit. Studien zufolge entfallen über 80% aller Klicks auf die ersten drei Ergebnisse einer Internetsuche. Worst case for a Newcomer: Eine neue Domain wird gecrawlt und indexiert, schafft es aber nie in klickrelevante Rankings und muss damit auf organischen Traffic ohne weitere Marketing-Maßnahmen verzichten.

Genau hier setzt SEA, also Search Engine Advertising oder Suchmaschinenwerbung, an und bietet weitere Möglichkeiten, sich ins Gedächtnis zu rufen und lukrative Bekanntheit zu erlangen. Denn wer bekannt ist, wird gesucht und Google liebt Webseiten erst, wenn alle anderen sie lieben.

Master of Customer Journey

Den Klick in den Suchergebnissen erhält weder der Kräftigste noch der Stärkste, sondern die psychologisch raffinierteste Antwort, die Sie in Form von Anzeigen liefern. Ihre Kunden werfen zu Beginn wild Worte in die Suchmaschine und verfeinern nach und nach ihre Suchanfragen. Vergleichbar mit Kleinkindern, die gerade das Sprechen lernen. Sie müssen also wissen, was Ihre Kunden wollen und was sie suchen!

Wer <hundefutter> sucht, hat hoffentlich eine Tierkrankenversicherung. Menschen mit der Suchanfrage <strickanleitung trend> geht immer wieder die Wolle aus und wer <wohnung berlin mitte günstig> bei Google eintippt, dem hilft sicher ein Umzugsunternehmen. Überlegen Sie sich, was ihre Website zu bieten hat und vor allem: Welche Fragen stellen die Menschen, worauf Ihre Themen und Inhalte die Antwort darstellen?

SEA-Qualitätsfaktoren

Qualifizierte Kunden

Zielgruppenanalyse,
Keywordrecherche,
Zieldefinition

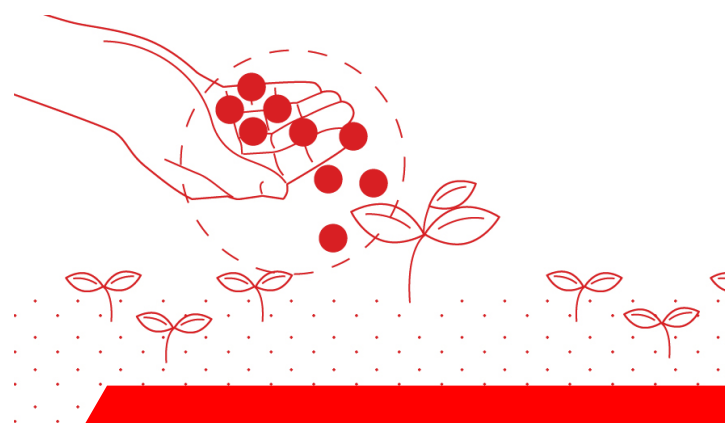
Strategische Ausgangssituation

Kampagnensetup,
Format- & Anzeigensetup,
Kostenkontrolle

Stetige Optimierung

Kampagnenpflege,
Anzeigen Monitoring,
Kampagnenreporting
Immer in Kontakt

Im Gegensatz zur Positionierung in der organischen Suche, genießt das Suchmaschinenwerbung in Sachen Positionierung weitaus mehr Freiheiten. Wieso? Anzeigen werden da eingekauft, wo Sie strategisch passen, generieren Traffic und führen zu gewünschten Zielen. SEA agiert also als klassisches PUSH-Marketing Instrument und biete Ihnen die Möglichkeit Ihre Produkte sichtbar zu machen, wenn ein organisches Ranking aufgrund von Unbekanntheit noch nicht möglich ist.



3. Analyse Ihrer Performance

Erfolgskontrolle ist keine Kür, sondern Pflicht

Die Möglichkeiten, sich in die Suchergebnissen zu platzieren, sind vielfältig. Egal ob organisch oder bezahlt, mit einem Blog oder mittels besonderen Artikelbeschreibungen innerhalb eines Shops. Welcher Weg Sie ans Ziel führt, müssen Sie sich vorab genau überlegen. Sie brauchen ein klares Konzept wie und wo Sie agieren, um eine Website bekannt zu machen bzw. um gefunden zu werden.

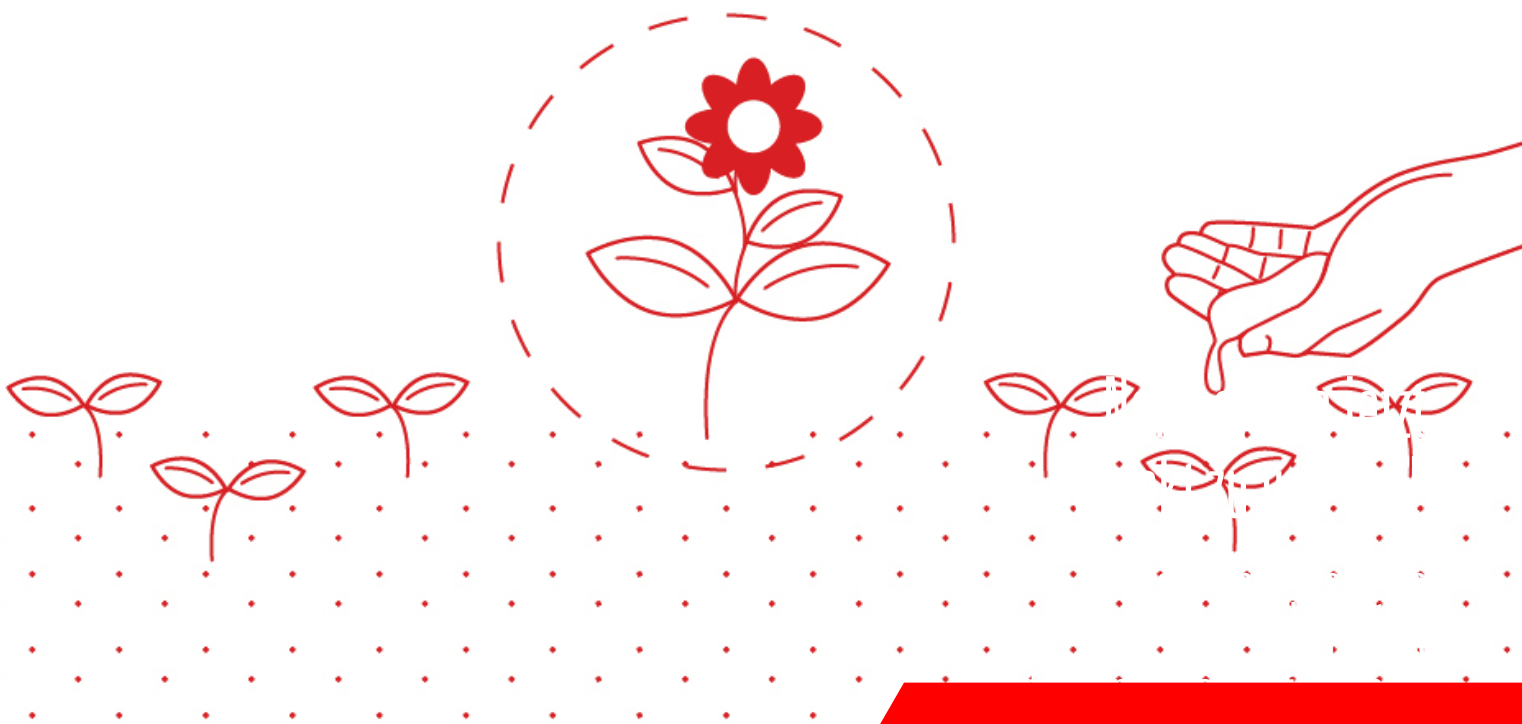
Um die Planungen dieses Konzepts auch überprüfen zu können, ist die Analyse Ihrer Performance unabdingbar. Zu Beginn jeder strategischen Überlegung steht die Untersuchung des Status Quo. Und am Ende der durchgeführten Maßnahmen steht ebenfalls die Analyse, um zu überprüfen, ob die Arbeit überhaupt etwas gebracht hat.

Dafür müssen Sie sich klare Ziele stecken, die **spezifisch, messbar, realisierbar und terminiert** sind. Überlegen Sie sich, wie Sie Ziele messen können und definieren Sie KPIs, die bestimmte Online Marketing Maßnahmen erfüllen müssen. Führen Sie Ihre Analysen in regelmäßigen Abständen, z.B. monatlich oder quartalsweise, durch.

Wir analysieren Ihre Performance

Sie wünschen sich eine bessere Online Performance? Sie brauchen Unterstützung bei der Suchmaschinenoptimierung und/oder der Suchmaschinenwerbung?

pioneer communications fertigt für Sie gerne eine **kostenfreie Analyse** an, auf Basis derer wir Potential und Defizite Ihres strategischen Vorgehens besprechen können. Mit kompetenten Handlungsempfehlungen helfen wir Ihnen dabei, gefunden zu werden!





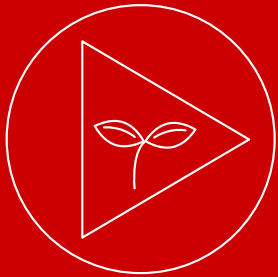
Wir nehmen uns Zeit

Wir beraten Sie vollumfänglich, um Ihnen die bestmöglichen Kampagnen und Maßnahmen für Ihren Erfolg im Performance-Marketing liefern zu können. In einem gemeinsamen Vorabgespräch sprechen wir über Ihre Erfahrungen, Wünsche und Ziele, um diese anschließend in einen ausführlichen Maßnahmen-Check einfließen zu lassen.



Wir schauen genauer hin

Auf unser Erstgespräch folgend analysieren wir Ihre Bedürfnisse genauer. Die Definition von Maßnahmen, Anforderungen und die Erstellung einer strategischen Planung für Ihren Erfolg sind Bestreben unserer umfangreichen Analyse Ihrer Performance-Kennzahlen. Dabei verlieren wir nie Ihre Ziele aus den Augen.



Gemeinsam zum Erfolg

Auf Grundlage der Ergebnisse unserer Auswertung besprechen wir gemeinsam Ihre Erfolgsfaktoren, formulieren Handlungsempfehlungen und definieren eine klare Strategie. Anschließend sind wir bestrebt mit vereinten Kräften Ihr Vorhaben zu verwirklichen.

Nehmen Sie jetzt Kontakt zu uns auf!

pioneer communications
Schillerstr. 5
04109 Leipzig
performance-team@pio-com.de