

Marketing messbar machen: Planung und Kontrolle von Kampagnen für Ihre Website!

Bei der Budgetverteilung in Unternehmen schreien alle immer ganz laut: Hier! Klar, warum auch nicht? Getreu dem Ausspruch „Die Hälfte meiner Werbeausgaben sind zum Fenster hinausgeworfen, aber welche...“ fällt der Nachweis, dass mit den knappen Mitteln sorgsam umgegangen wird jedoch oft schwer. Der SEO DIVER kann zwar keine Wunder vollbringen, aber Ihnen helfen, mehr Transparenz zu schaffen, an welcher Stelle Mittel sinnvoll eingesetzt werden können!

Im Gegensatz zu Offlinemedien, bei denen der Tausend-Kontakt-Preis (TKP) noch vorherrscht und mit viel Streuverlusten zu rechnen ist, hat man bei Onlinemedien den Vorteil, dass man bei Einsatz der entsprechenden Trackingtools der Sitebetreiber ganz genau sehen kann wann, wie lange und wie oft Besucher auf eine Seite gekommen sind. Stimmen diese Nutzerzahlen nicht mit den gesetzten Zielen überein, werden häufig Kampagnen gestartet, um mehr Besucher für die Seite zu gewinnen. Aber auch Werbung in Onlinemedien ist „nicht ganz billig“ und es sollte gut überlegt sein, wo welche Art Werbung geschaltet werden sollte.

Der SEO DIVER kann dabei helfen, solche Streuverluste in Onlinemedien zu reduzieren und ihre Kampagnen effizienter zu gestalten.

Wie ist der Status Quo meiner Seite?

Bevor man Kampagnen startet, wird normalerweise der Status Quo ermittelt, um zu sehen wie stark (oder auch schwach) die eigene Seite ist und welche Steigerungen erwartet werden können.

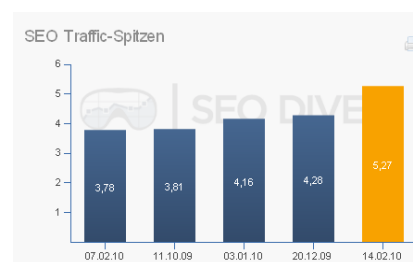
Indem Sie die gewünschte Domain mit dem Tool „Suchreichweite“ (Analyse) analysieren, erhalten Sie einen guten Überblick, welche Performance die Domain innerhalb der organischen Suche

Erreicht. Die Suchreichweite ist ein, durch ein aktives Nutzungspanel, aggregierter Wert, welcher sich aus den einzelnen Positionierungen der Domain, dem Suchvolumen der Keywords, den Universal Search Elementen (z.B. Bild-, Video-, News-Suchmodulen) sowie regionalen und personalisierten Anpassungen berechnet.



Grafik 1: Überblick über die Suchreichweite

Zudem sehen Sie neben Domain-Details (auch interessant für eine Konkurrenz-Analyse) für diese Domain relevante Keywords, die sich zur weiteren Optimierung oder zum SEO-Monitoring eignen. Daneben zeigen die SEO Traffic Spitzen auf, welche Keywords für die jeweilige Spitze „verantwortlich“ sind.



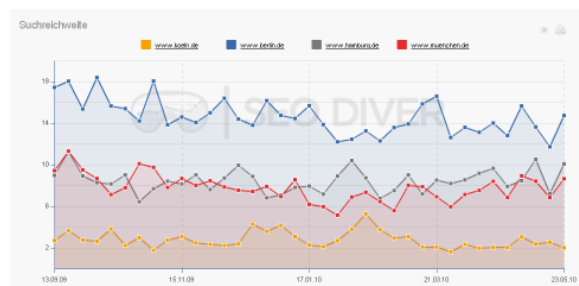
Grafik 2 : Traffic-Spitzen

Bei Klick auf den rechten Balken (orange) für die Domain Köln erhält man die dafür verantwortlichen Keywords (untere Grafik). In diesem Fall (www.koeln.de; Traffic-Spitze vom 14.02.10) waren das „Köln“ und „Karneval“.

Verantwortliche Keywords	
Keyword	Traffic
köln	8234
karneval	7198

Grafik 3: Für Traffic-Spitze verantwortliche Keywords

Oft ist es auch wichtig zu ermitteln, wie die eigene Seite im Vergleich zu anderen (Wettbewerber-)Seiten steht. Im Tool „Suchreichweite“ (Analyse) können bis zu fünf Domains miteinander verglichen werden.



Grafik 4: Vergleich der Städtedomains von Berlin, Hamburg, München und Köln

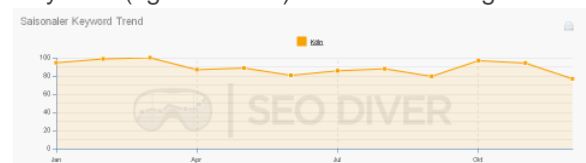
Im oben dargestellten Vergleich erkennt man, dass Berlin.de die höchste Suchreichweite besitzt, gefolgt von Muenchen.de und Hamburg.de. Den letzten Platz belegt die Domain von Koeln.de. Aber es lassen sich auch Zeiträume identifizieren, an denen die Domains eher stark bzw. eher schwach sind. Diese Stärken- /Schwächen- Analyse lässt sich dann als Ausgangspunkt nutzen, um Zeiträume für eigene Kampagnen zu identifizieren.

Welche Keywords soll ich für meine Kampagne wählen?

Ein wichtiger Ansatzpunkt, um Besucher auf Ihre Seite zu locken ist neben der Suchmaschinenoptimierung oftmals auch die Schaltung von Google AdWords. Und zwar genau dort, wo das Internet-Angebot in der organischen Suche vielleicht nicht auf den ersten Seiten zu finden ist. Mit dem SEO DIVER ist es einfach, diese Frage zu beantworten. Bei der Recherche nach Keywords werden Sie mit „Keyword-Recherche“ oder „Keyword Trends“ (Recherche) mit vielfältigen Informationen versorgt, so dass Sie schnell abschätzen können welche Keywords bzw. Keywordkombinationen für Sie interessant sind.

Automatische Keywordliste

In dem Baustein „Keyword-Recherche“ (Recherche) geben Sie - wie von anderen Tools gewohnt - ein Keyword in das Suchfeld ein. Zum Beispiel „Köln“. Das Tool ermöglicht auch die Eingabe von bis zu 5 Keywords oder Suchphrasen im Vergleich. Sie erhalten - neben dem saisonalen Keyword Trend für dieses Keyword (vgl. Grafik. 4) – eine Auflistung



Grafik 4:-Saisonaler Keyword Trend

von Keywords und Keywordkombinationen, die thematisch für Sie relevant sein könnten (z.B. „Stadtplan Köln“ oder „CSD Köln“.

Keyword / Phrase	Traffic
köln	1046664
flughafen köln	122513
stadtplan köln	73071
fc köln	57866
stadt köln	50020
1. fc köln	54510
uni köln	53410
flughafen köln essen	46630
stadtparkasse köln	38925
hospoparkasse köln	34418
wetter köln	31806
1. fc köln	29683
messe köln	20018

Grafik 5: Keywordliste Übersicht

Zusatzangaben und Keyword-Attribute

Neben diesen Keywords werden aber auch durch den SEO DIVER viele Zusatzangaben bereitgestellt, damit Sie schnell und einfach abschätzen können, welche Relevanz ein Keyword für Ihre Seite hat. Neben dem geschätzten Suchvolumen / Monat für die ausgegebenen Keywords (mittlere Spalte in Grafik 6) erhalten Sie außerdem Attribute zu den Keywords angezeigt, die darüber informieren mit welchen welche Universal Search Elementen (u.a. lokale Suche, Video-, Bilder-, Blog-, Echtzeit-, News-, Shoppingsuche) die Keywords auch in Verbindung stehen. Diese zusätzlichen Hinweise qualifizieren Ihre Keyword-Recherche und sollten in die Kampagnen mit einfließen.

Keyword / Phrase	Traffic	
köln	1046664	
flughafen köln	122513	

Grafik 6 - Keywords mit Zusatzangaben

Operativ: Welche Seiten eignen sich für die Anfrage von Werbung und Verlinkungen?

Stellen Sie sich eine Suchmaschine vor, bei der es möglich ist, wie in einer normalen Suchmaschine zu suchen, nur mit dem Unterschied, dass sämtliche Ergebnisse Ihren SEO Kriterien entsprechen. Mit dem Tool „InLink“ (Recherche) können Webseiten identifiziert werden, die für ein spezielles Keyword eine Relevanz besitzen und gleichzeitig Ihren Mindest- und Maximalanforderungen im Bezug auf die Anzahl der verlinkenden Webseiten entsprechen. Dank dieser neuartigen Filtermöglichkeit steigern Sie die Effizienz Ihrer Recherche für neue Verlinkungsmöglichkeiten. Gleichzeitig wird Ihnen die Suchreichweite der einzelnen Domains eingeblendet, damit Sie gut

einschätzen können, ob es sich überhaupt lohnt Sie diese Seite zu kontaktieren.

Nr.	Domain	Reichweite
1	http://www.ski-koeln.de/	0
2	http://www.messe-koeln.de/	0,02
3	http://tdp-koeln.de/index.php?11=982-0803-1&aid=6714	0
4	http://www.immobiliens-koeln.de/	0,02
5	http://www.mf-koeln.de/	0
6	http://www.nugby-koeln.de/	0
7	http://www.ktz-koeln.de/	0
8	http://tdp-koeln.de/index.php?11=982-0803-1&aid=6730	0
9	http://www.kfm-koeln.de/	0
10	http://www.stbverband-koeln.de/	0
11	http://www.rki-koeln.de/index.php?id=507&tx_news[news][L_news]=51&tx_news[backPid]=6&chaid=6009109715	0,09
12	http://www.koeln.de/cologne_tourist_information?LANGUAGE=de	2,78
13	http://www.dfr-koeln.de/	0,05
14	http://www.koeln.nicely.de/museen.htm	0,02
15	http://rsc-koeln.de/	0
16	http://www.koeln-stadt.de/	0,18
17	http://evk-koeln.de/	0
18	http://www.koelnspd.de/sagar/	0,02
19	http://www.gsd-koeln.de/index.php?id=22	0,02
20	http://www.koelnagenda.de/	0,09

Grafik 7 - Seiten mit Relevanz für ein Keyword (Köln)

In diesem Zusammenhang lohnt es auch, sich das Tool „Web Authorities“ (Links) anzusehen. Hierbei werden die top-positionierten Seiten zu einem speziellen Keyword überprüft und diejenigen Domains ausgegeben, die mindestens von zwei dieser top-positionierten Seiten angelinkt werden.

Nr.	Web Authorities	Gemeinsame Links	Reichweite
1	vrsinfo.de	6	0,8
2	koelnticket.de	5	0,17
3	wdr.de	5	10,86
4	koeln-marathon.de	5	0,23
5	superrtl.de	4	0,85
6	odysseum.de	4	0,12
7	bahn.de	4	12,45
8	koelner-dom.de	4	0,14
9	hrs.de	4	1,47
10	vox.de	4	1,9

Grafik 8 – Autoritätsseiten für den Suchbegriff „Köln“

Kontrolle der Kampagnen

Durch eine ständige Kontrolle der Seite mit den SEO DIVER Tools ist es möglich, schnell tagesaktuelle Veränderungen zu erkennen und darauf zu reagieren. Damit ist für Sie sichergestellt, dass Mittel stets dort platziert sind, wo eine hohe Effizienz erreicht wird. **Probieren Sie es aus!**