

29.11.2004 - 10:45 Uhr

Internet: Ist Ihre Marke tatsächlich gefährdet?

Genf (ots) -

Nach den neusten Untersuchungen von Agence Virtuelle (www.agencevirtuelle.com), führender Markenberater und Mitglied der SCIP (Society of Competitive Intelligence Professionals; Internationaler Verband der Markt- und Wettbewerbsbeobachter), sowie von Gesellschaften, die sich auf die ethisch korrekte Suchmaschinenoptimierung in den USA und in Grossbritannien spezialisiert haben, und den Suchmaschinen selber ist die sog. "Bedrohung" relativ. Unter den Webmarketing-Techniken ist das Referencing (links) wesentlich wichtiger als kostenpflichtige Links oder die CPC-Methode (Cost per Click; Kosten pro AdClick) (rechts). 75 % der Internetnutzer klicken nämlich zunächst auf den kostenlosen Teil (Ranking 1 bis 10) statt auf Anzeigen mit Text-Links (25 %) oder gesponserte (kostenpflichtige) Links. Diese Angaben wurden von Agence Virtuelle im Rahmen von zahlreichen Seminaren mehrfach bestätigt.

Nichts tun, nichts investieren und trotzdem die Nr. 1 sein - ein Wunschtraum?

Hinzu kommt, dass bei Eingabe einer Marke wie Coca-Cola, Evian oder Swiss in Google automatisch die Marke als Nr. 1 im Ergebnis erscheint, sofern der entsprechende Domainname die Marke enthält, da der Suchalgorhythmus von Google sehr empfindlich ist. Andere Beispiele hierfür wären z.B. Breguet, Breitling, Rolex, Cartier oder Tag Heuer.

Coca-Cola:

<http://www.google.ch/search?hl=fr&q=cocacola&btnG=Rechercher&meta=>

Evian: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=evian&meta=>

Swiss: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=swiss&meta=>

Breguet: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=breguet&meta=>

Breitling:

<http://www.google.ch/search?hl=fr&q=breitling&btnG=Rechercher&meta=>

Rolex: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=rolex&meta=>

Cartier: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=cartier&meta=>

Tag Heuer: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=tag+heuer&meta=>

Von daher lohnt es nicht, mehrere Millionen Dollar für Promotion zu investieren, nur um die Nr. 1 zu sein. Die weltweit grösste Suchmaschine Google (ausser Asien) mit einem Marktanteil von 70 % in den meisten europäischen Ländern garantiert den Marken also vollkommen zufällig eine Position. Für Marken, die keine besonderen Events promoten oder für E-Commerce-Sites werben, relativiert sich das Prinzip des Kaufs kostenpflichtiger Links daher deutlich.

93 Sprachen müssen geprüft werden - was ist die beste Lösung?

Die Herausforderungen durch Markenpiraterie oder Fälschungen im Internet sind wesentlich komplexer als die simple Tatsache, dass

jemand in eine Suchmaschine einen Markennamen eintippt: Die Marke muss für den jeweiligen Markt (Russland, Japan, China) übersetzt und der entsprechenden Sprache angepasst werden (Kyrillisch, Katakana, Kanji, Mandarin). Die Inserenten stehen ausserdem vor einem weiteren erheblichen Problem: Das Ergebnis, das man von einem bestimmten Ort aus (z. B. aus der Schweiz) für eine bestimmte Suche tatsächlich im Internet sieht, entspricht nicht der Realität, denn je nach Land werden unterschiedliche Ergebnisse ausgegeben - je nachdem, von wo man sucht. Von daher ist es unerlässlich, eine Multi-Kontinent-Überwachung mit einer Echtzeitsoftware wie der neuen Version von RumorBot durchzuführen, die u. a. ein Verzeichnis und eine Historie über den Kauf von Keywords in den Suchmaschinen erstellt.

Agence Virtuelle SA (www.agencevirtuelle.com) übernimmt die Säuberung von Datenbanken in Suchmaschinen. Zum Beispiel für Uhrenmarken: "Amazon und Ebay haben das gesamte Wörterbuch gekauft - und zwar für alle Unternehmen, nicht nur für Schweizer Uhrenmarken", bestätigt Stéphane Perino, Chef von Agence Virtuelle.

Über Agence Virtuelle SA

Agence Virtuelle SA, <http://www.agencevirtuelle.com>, web agency full-service, wurde im September 1995 in Genf gegründet und ist der Spezialist den Marken um Internet. Agence Virtuelle, www.agencevirtuelle.com, ist für seine Kunden auch in London und Paris. Das Unternehmen ist in sieben Dienstleistungsbereichen tätig. Zum Kundenkreis von Agence Virtuelle gehören namhafte Marken wie Swiss, Energizer, Colgate, OM Pharma.

Kontakt:

Agence Virtuelle SA
9 rue Bovy Lysberg
CH-1204 Genève
Tel. +41/22/817'37'17
Fax +41/22/817'37'18
E-Mail: virginie@agencevirtuelle.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002403/100483072> abgerufen werden.