

Erfolg im Verkauf dank Suchmaschinen-Marketing

Bloss eine Webseite ins Internet zu stellen, das reicht heute längst nicht mehr. Der Internetauftritt einer Firma muss professionell als Marketinginstrument eingesetzt werden. Nur so sind die Kosten zu rechtfertigen. Das Stichwort heisst Suchmaschinen-Marketing. Das ist die Spezialität der Schweizerindex AG, Dallenwil NW, die sich bereits seit 8 Jahren mit Dienstleistungen rund ums Internet profiliert.

Dies ist der Idealfall: Hans Müller plant eine Party und sucht eine Firma, die Feuerwerk liefern kann. Herr Müller geht ins Internet, er startet die Homepage der Suchmaschine Google und gibt im Suchfenster den Begriff Feuerwerk Schweiz ein. Er beschränkt seine Suche und aktiviert die Funktion «Seiten aus der Schweiz». Noch ein Klick auf «Google-Suche», und Google stellt Herrn Müller in Bruchteilen einer Sekunde ca. 13 000 Links zum Suchbegriff zur Verfügung. Der Clou: Bereits an Position 5, am Stichtag 31-03-2005, stösst Herr Müller auf die Webseite einer Hans Hamberger AG und findet hier alle Informationen, die er sich wünscht. In 5 kleinen, einfachen Schritten aus dem Nichts ans Ziel. Wie gesagt, ein Idealfall, und zwar sowohl für den potenziellen Käufer wie für den Anbieter.

Die Realität aber dürfte vollkommen anders aussehen. Untersuchungen zeigen, dass lediglich 2 Prozent aller Webseiten in aktualisierten Suchmaschinen gefunden werden. Ein ernüchternder Befund, denn die Aufschaltung einer Webseite kostet ein KMU oder eine Behörde schnell einmal 10 000 Franken, oft ist es ein Mehrfaches. Eine Summe, die die allermeisten Auftraggeber abbuchen müssen unter «Ausser Spesen nichts gewesen». Das ist einfach nicht mehr gut genug. Für Fachleute ist klar, dass eine Webseite heute eins der wichtigsten Marketinginstrumente ist, dass die Aufschaltung einer Webseite eine Investition ist, die sich bezahlt macht. Voraussetzung: Die Webseite muss professionell fürs Marketing eingesetzt werden.

Zurück zum Beispiel von Party-Organisator Müller. Seine äusserst effiziente Suche ist kein Zufall. Dahinter steht professionelles Suchmaschinen-Marketing. Die Hans Hamberger AG ist Kundin der Firma Schweizerindex AG mit Sitz in Dallenwil NW und Vertretungen in der ganzen Schweiz. Ihre Kernkompetenz ist das Suchmaschinen-Marketing. Roman Lütolf, Geschäftsführer: «Wir sorgen dafür, dass unsere Kunden vor allem KMUs aus sämtlichen Branchen – im Internet ohne grossen Aufwand für den potenziellen Käufer gefunden werden.» Dazu braucht es spezifisches Internet-Know-how.

Dies ist, auf den Punkt gebracht, die Methode der Schweizerindex AG: Die Firma stellt die Verbindung her zwischen der Webseite eines Kunden und den Suchmaschinen, die das Internet nach Webseiten absuchen. Die Schweizerindex AG übernimmt die bestehende Webseite des Kunden und macht davon eine Kopie. Daraus wird eine virtuelle Visitenkarte erstellt, die folgende Elemente enthält: Logo, Firmenprofil (Kurzbeschreibung), URL (Webseite), E-Mail-Adresse. Zu diesem Kurzporträt kommt eine möglichst ausführliche Auflistung von Suchbegriffen hinzu, von Schlagwörtern, die das Angebot der Firma so detailliert wie möglich beschreiben. Das können durchaus 500 Begriffe sein! Aus diesen Angaben und mit Informationen aus dem

eigenen Haus schnürt die Schweizerindex AG ein Paket, das sie an die einschlägigen Suchmaschinen schickt.

Roman Lütolf: «Das Ziel ist die möglichst gute Positionierung einer Webseite im Suchresultat einer Suchmaschine. Der potenzielle Käufer soll über seinen Suchbegriff schnell und effizient auf die Webseite des Anbieters gelangen, der von uns betreut wird.»

Wunder verspricht Lütolf nicht, und wer erwartet, dass seine Webseite über Nacht auf Platz 1 in den Hitlisten der Suchmaschinen stürmt, kennt die Spielregeln dieses Mediums nicht. Was Lütolf aber garantiert, ist ein sehr gutes Verhältnis von Preis und Leistung, speziell im Vergleich mit anderen Marketingmassnahmen. Dazu gehört, dass die Schweizerindex AG die Webseiten ihrer Kunden keineswegs nur an Google vermittelt, sondern an 500 bis 1000 Suchmaschinen weltweit, abgestimmt auf den jeweiligen Markt des Angebots.

Fazit von Roman Lütolf: «Wer sich eine Webseite leistet, kann es sich eigentlich nicht leisten, sich nicht auch Suchmaschinen-Marketing zu leisten.»

Der Erfolg gibt ihm Recht. Seit 8 Jahren bietet die Schweizerindex AG ihren Service rund ums Internet an, die Kundschaft stammt unterdessen aus praktisch allen Branchen, von Feuerwerk bis Rechtsschutz für Privatpersonen, von Bauaustrocknung bis Kissen aller Art, Wellness.

Weitere Auskünfte

BLST Schweizerindex AG

Stephan Camenzind

Buchserstrasse 30

8108 Dällikon

Tel. 043 495 35 35

Handy 079 403 62 70

www.schweizerindex.ch

camenzind@schweizerindex.ch