



Internet Marketing
Grüne Branche
Leitfaden für die Grüne Branche

von und mit

Sanjay Sauldie

Direktor des Europäischen
Internet Marketing Instituts und Akademie
EIMIA.de

Internet Marketing Leitfaden für die Grüne Branche

© 2010 by Sanjay Sauldie

Das vorliegende Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht der Übersetzung, des Vortrags, der Reproduktion, der Vervielfältigung auf fotomechanischem oder anderen Wegen und der Speicherung in elektronische Medien.

Ungeachtet der Sorgfalt, die auf die Erstellung von Text, Abbildungen, und Programmen verwendet wurde, können weder Verlag noch Autor, Herausgeber oder Übersetzer für mögliche Fehler und deren Folgen eine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung übernehmen.

Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

ISBN: 978-3-8391-8042-6

Herausgegeben vom

SSX - Verlag für audiovisuelle Medien, Mannheim

Lange Rötterstr. 34 - 68167 Mannheim - Germany

Telefon: +49 (0) 621 – 97 87 933

Telefax: +49 (0) 621 – 97 87 934

E-Mail: internet@ssx.de - Internet: www.ssx.de

Umschlaggestaltung:

www.ssx.de

Umschlagmotiv: © 2010 www.iroi.de & Bild: © Ioannis Kounadeas und Julien Tromeur - Fotolia.com

iROI[®] ist eine eingetragene Marke von Sanjay Sauldie, auch wenn im Buch der besseren Lesbarkeit wegen auf den stetigen Markenhinweis beim Begriff iROI verzichtet wurde.

Herstellung und Verlag:

Books on Demand GmbH, Norderstedt



Die iROI-Strategie wurde von 1995 bis heute von Sanjay Sauldie entwickelt. Alle neuen Trends und Entwicklungen sind in diese Strategie geflossen. Von dieser Strategie profitieren kleine und mittelständische Unternehmen bereits seit Jahren. Die hohe Qualität wird durch Auszeichnungen gekrönt:



2006



2007



2008 & 2009

Die hohe Seminarqualität von iROI wurde 2008/2009 sogar vom TÜV mit der Note "gut" bestätigt:



Internet Marketing Leitfaden für die Grüne Branche

Sehr geehrte Gärtner, Floristen, Garten- und Landschaftsbauer sowie alle, die zur Grünen Branche gehören!

Gerade in der Grünen Branche spielt das Internet eine zunehmend wichtige Rolle, denn immer mehr Kunden sind gerade in der Grünen Branche auf der Suche nach Produkten und Dienstleistern – und schauen sich vor dem Einkauf die Website an. Ist diese aussagekräftig, intelligent und schön oder nur langweilig und uninteressant - und welche Schlussfolgerung zieht daraus ein Interessent bzw. Besucher über Ihr Unternehmen?

Stellen Sie sich vor, Sie kommen in eine neue Stadt und kennen dort niemanden - brauchen aber für das Abendessen mit der Familie Ihrer Freundin einen Blumenstrauß. Welche Möglichkeiten haben Sie? Die Gelben Seiten - wer hat die noch bei sich liegen und wann haben Sie das letzte Mal dort hinein geschaut? Nun, der moderne Weg ist das Internet. Dort würden Sie bestimmt einfach mal Floristik und dann die Stadt eingeben und sehen, welche Anbieter es dort gibt.

Da ich aus Mannheim kommen, würde ich *blumenladen Mannheim* eingeben (und das machen im Monat im Schnitt ca. 390 Menschen nach der Schlüsselbegriffs-Analyse der iROI-Strategie!). Wenn es nun einem Mannheimer Floristen gelingt - und das ist genau das Ziel der iROI-Strategie im Internet Marketing - davon 10% - also 39 Besucher auf die Website zu

bringen und dann von diesen 39 Besuchern wieder 10% zu Kunden zu machen, dann haben wir im Schnitt ca. **4 neue Kunden pro Monat** - dafür, dass wir einmal im Internet eine intelligente Website aufgesetzt haben, die gut zu finden ist und Menschen begeistert - und nun stellen Sie sich mal vor, man würde das auch für Begriffe tun, wie *Blumen Mannheim* (wird 1600 Mal pro Monat gesucht!). Können Sie sich es leisten, dieses neue Potenzial im Internet einfach Ihren Mitbewerbern zu überlassen?

Was sind die drei wesentlichen Merkmale für Internet Marketing im Grünen Bereich?

Erstens ist es für Ihr heutiges und zukünftiges Geschäft entscheidend, im Web präsent zu sein und leicht von Suchmaschinen gefunden zu werden. Ihre Website muss strategisch aufgebaut sein, optimal den Menschen und den Suchmaschinen mit guten Inhalten dienen sowie von guten Zielgruppenbesitzern (z.B. Fachmagazinen) durch Links, Downloads etc. erreichbar sein. Damit erwerben Sie eine gute Reputation im Internet.

Zweitens hat die rasante Verbreitung von Facebook & Co. auch Ihre Branche nicht ausgelassen und fordert einen aktiven und offenen Umgang mit diesen Plattformen.

Drittens ist die leichte Erreichbarkeit in der Offline-Welt sehr wichtig: Wenn jemand Sie anrufen mag, soll er auf der Website schnell und einfach an die Kontaktinformationen

gelingen, damit er schnell das bekommt, was er braucht - z.B. über Wegbeschreibungen, Anzeige von Parkhäusern in der Nähe oder Ihren Lieferservice - damit er leicht mit Ihnen kommunizieren kann sollten diese Informationen immer auf der Website zur Verfügung sein, auf jeder Seite und nicht irgendwo versteckt.

Leider ist die Integration von lokalem Marketing mit Internet Marketing bei über 95% aller Websites der Grünen Branche nicht passiert und der potenzielle Kunde orientiert sich bei den besser aufgestellten Mitantbietern. Damit sich das in der Zukunft für Sie ändert, finden Sie in diesem Leitfaden die ersten wichtigen Bausteine der iROI-Internet Marketing Strategie und können damit sofort loslegen.

Zusätzlich gibt es in diesem Leitfaden eine Leseprobe aus dem Buch "**Die Geheimnisse erfolgreicher Websites - für Manager und Entscheider**". Dieses Buch umfasst mehr als 200 Seiten und bringt Ihnen die Welt des Marketing im Internet in einfachen Worten näher - in diesem Leitfaden erhalten Sie Spezialinformationen, die exakt auf unsere Branche zugeschnitten sind - **beide Publikationen sind also die ideale Ergänzung zu Ihrem Erfolg im Internet!**

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim Umsetzen der Strategie.

Ihr Sanjay Sauldie

Mannheim, August 2010

„Nicht glauben oder nicht wissen schützt vor neuen Entwicklungen nicht.“

Inhaltsverzeichnis

Was Sie als Entscheider in der Grünen Branche wissen sollten	9
Wann ist eine Website wirklich erfolgreich?.....	9
Top Unternehmen der Grünen Branche haben keine Website mehr	12
Ein Widerspruch?.....	12
Ihre Website ist Ihre neue Vertriebsmitarbeiterin!.....	13
Warum ein 10jähriger Junge Ihren Erfolg bestimmt	19
Warum er Ihre Vertriebsmitarbeiterin verehren sollte.....	19
Wie bauen 95% eine Website im Internet?.....	21
Internet Marketing Tipps für Unternehmen der Grünen Branche	24
Die Wahrheit über Internet Marketing.....	25
Der iROI®-Unternehmen der Grünen Branche-Erfolgstrichter	26
Wie Google tickt.....	29
Google hat keine Augen.....	29
So funktioniert Google.....	33
Wie komme ich bei Google nach oben?	36
Die ersten drei Säulen für Internet Marketing	39
Mein Dank gebührt Ihnen, liebe Leser!.....	50
Die Geheimnisse erfolgreicher Websites	51
Platz für Ihre Notizen:.....	52
Wir unterstützen die SOS Kinderdörfer.....	53
Website-Erstellung nach der iROI-Strategie	54
iExperten - Zu jedem Fachgebiet nur ein Experte!	55
Jeder Abschied fällt schwer	56

Was Sie als Entscheider in der Grünen Branche wissen sollten

Tauchen wir in die Gedankenwelt des Internet Marketing hinein, so werden wir schnell spüren, dass diese Welt einigen Spielregeln unterworfen ist, die sich sehr stark vom traditionellen Marketing unterscheiden. Was bisher jahrzehntelang als normales und erfolgreiches Marketing praktiziert worden ist, wurde durch das Internet komplett verändert. **Nur 5% aller Websites der Grünen Branche sind wirklich erfolgreich, die anderen 95% dümpeln vor sich hin und erreichen die Ziele nicht.** Dieser Leitfaden soll Sie dabei unterstützen, die Spielregeln modernen Internet Marketing für die Grüne Branche kennenzulernen und anzuwenden, denn für das Wissen werden wir nicht belohnt, sondern nur für unsere Handlungen!

Wann ist eine Website wirklich erfolgreich?

Eine Website ist nur dann erfolgreich, wenn die in sie gesteckten Ziele erreicht werden. Diese misst man über den **iROI (=internet return on invest)** einer Website. Dies kann z.B. die Anzahl der neuen Kontakte über die Website sein, die Neuanzahl der Newsletter-Abonnenten etc. Jedes Unternehmen der Grünen Branche sollte zuerst diese Kennzahlen festlegen, um darauf hin die Website strategisch mit einem Ziel zu optimieren und dann regelmäßig zu überprüfen.

Was machen die 5% der erfolgreichen Unternehmen der Grünen Branche im Internet anders und was unterscheidet diese von den anderen so sehr? Nun, einer der wichtigsten Unterscheidungsmerkmale ist die Art, wie sie mit der Website umgehen. In vielen Gesprächen mit erfolgreichen Unternehmen der Grünen Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz habe ich festgestellt, dass fast alle vor dem Erfolg einen **Geisteswandel** vollzogen haben.

iROI-Geisteswandel 1:

Geld spielt **nicht** die wichtigste Rolle beim Internet Marketing. Sie können einen riesigen Werbeetat für Ihren Internet Auftritt besitzen und werden scheitern, wenn Sie die entsprechenden neuen Spielregeln nicht beachten. Was hat es der Firma **Gartencenter Chrysant**¹ genutzt, im Raum St. Augustin bei allen bekannt zu sein - und dann die aktuellen Möglichkeiten zu verpassen, Kunden zu begeistern? Oder in Österreich der **Blumengroßhandel Platzner**²? Hat sich da ein Manager vielleicht auf seine Webagentur verlassen? Es kommt darauf an, **wie** Sie die Mittel einsetzen. Lernen Sie aus dieser Erfahrung: Geld hilft, aber der Verstand siegt, wenn Sie das Wissen dazu haben und es sinnvoll und logisch einsetzen. Zweckoptimismus hat Tradition bei vielen Unternehmen der Grünen Branche und das Aufwachen ist dann meistens sehr schmerzlich!

¹ <http://www.general-anzeiger-bonn.de/index.php?k=loka&itemid=10001&detailid=483708&bs=1>

² <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/chronik/1749041/index.do?comment.page=>

Sie als Unternehmen der Grünen Branche müssen die Spielregeln im Marketing im Internet komplett neu entdecken und einsetzen. Nur dann sind Sie in der Lage, die wirklich richtigen Entscheidungen für Ihr Unternehmen zu treffen. Sich einfach auf Ihre Webagentur oder Ihren Webdesigner zu verlassen, ist töricht und führt zu einer absoluten Abhängigkeit, die Sie Ihre Reputation und damit das Unternehmen kosten kann. Ich erlebe das in meiner täglichen Arbeit leider zu oft.

iROI-Geisteswandel 2:

Sie können die teuerste, beste und mit Auszeichnungen überhäufte Agentur an Ihre Website lassen – das ist schon lange nicht mehr ein Garant für den Erfolg im Internet. Die wirklich erfolgreichen Unternehmen der Grünen Branche im Internet haben zwar noch eine Agentur, die für die Umsetzung zuständig ist, aber die Richtung geben sie selbst vor!

Nur Sie kennen Ihre Branche in und auswendig, nur Sie wissen, warum Sie in dieser Branche tätig sind und nur Sie sind am Puls des Marktes. Je mehr Sie die Richtung Ihrer Agentur überlassen, desto zielloser irren Sie im Nirwana des Internets und zahlen dafür einen sehr hohen Preis – manchmal auch leider mit dem Verlust des gesamten Unternehmens!

Nehmen Sie das Ruder selbst in die Hand!

Top Unternehmen der Grünen Branche haben keine Website mehr

Ein Widerspruch?

Was wie ein Widerspruch klingt, ist ein sehr wichtiger Geisteswandel. Ja, die anderen 95% haben noch eine Website, beklagen sich über Internet-Technik, die keiner versteht und sind sogar kurz davor, wieder das Trommeln als Kommunikationsmedium einzuführen.

Diese 95% sind nicht bereit, dazuzulernen und schieben die Schuld gerne auf andere, anstatt sich selbst an die Nase zu fassen. Schön, dass Sie zu den 5% gehören möchten, die wirklich im Internet etwas bewegen!

Die 5% der Erfolgreichen haben erkannt, dass die Website keine technische Lösung, keine Programmierung ist, sondern ein neues Wesen ist, das uns dabei unterstützt, Interessenten auf uns aufmerksam zu machen, deren Informationsbedarf zu stillen und dann auch Kunden zu gewinnen.

Diese Vertriebsmitarbeiterin ist ständig unterwegs und kann für uns sehr gute Dienste leisten - aber nur, wenn wir uns um sie kümmern - und da trennt sich die Spreu vom Weizen - die 95% verlassen sich blind auf ihre Agenturen, die 5% bewegen etwas strategisch im Internet und lernen die Zusammenhänge zu verstehen und dann selbst zu entscheiden, wie es für sie optimal weitergeht!

iROI-Geisteswandel 3:

Was kostet heute eine gute Vertriebsmitarbeiterin? Mehrere tausend Euro im Monat? Was wäre Ihnen eine Vertriebsmitarbeiterin im Monat wert, die 365 Tage, 7 Tage die Woche, 24 Stunden für Sie nach neuen Kontakten Ausschau hält? Was würden Sie investieren, um so eine Mitarbeiterin im Unternehmen zu haben?

Beantworten Sie einfach jetzt folgende Fragen:

- Würden Sie sich um sie kümmern?
- Würden Sie dafür sorgen, dass es ihr gut geht?
- Würden Sie sich einmal in der Woche mit ihr beschäftigen, um sie mehr zu motivieren?
- Wie wertvoll wäre für Sie so eine Mitarbeiterin?
- Würden Sie sie zum besten Trainer schicken?
- Wieviel Zeit wäre es für Sie wert, in diese Vertriebsmitarbeiterin zu investieren?

Sie haben diese tolle Mitarbeiterin schon in Ihrem Unternehmen, die Tag und Nacht für Sie arbeitet:

Ihre Website ist Ihre neue Vertriebsmitarbeiterin!

Vielleicht darf sie nur bei Ihnen Kaffee kochen oder niedere Arbeiten erledigen. Wie schade! Vielleicht haben Sie auch Ihre Vertriebsmitarbeiterin in die Abteilung IT/Medien verbannt, wo sie eingeht, weil sich niemand so richtig um sie

kümmert, statt sie in die Abteilung Marketing/Vertrieb zu integrieren, wo sie sich komplett entfalten könnte! Verpassen Sie nicht wertvolles Potential durch Nichtnutzung der Internet Marketing Möglichkeiten.

Wie wäre es, wenn Sie diese Vertriebsmitarbeiterin zur rechten Hand machen und mit ihr Hand in Hand arbeiten? Das ist genau das, was die 5% der erfolgreichen Unternehmen der Grünen Branche im Internet tun: **Sie haben verstanden, dass sie keine Website mehr haben, sondern eine Vertriebsmitarbeiterin, die sie besser verstehen und steuern müssen.**

Sie muss von Ihnen persönlich betreut werden und ist keine technische Lösung, die man einfach so in die Hände von Programmierern und Entwicklern gibt. Und erst recht nicht zu seinem Sohn oder Tochter, die so ein bisschen Internet in der Schule machen und drängen, doch deren Website umsetzen zu dürfen – und dann bei der nächsten Gelegenheit ein Auslandsstudium beginnen und auf und davon sind! Passiert leider oft! Mein Marketing-Professor sagte immer „Wer billig einkauft, muss oft den doppelten Preis zahlen.“ **Denken Sie mal darüber nach.**

Wie gewinnen Sie mit Ihrer neuen Vertriebsmitarbeiterin neue Kunden? Wie erhalten Sie neue Kunden mit Ihrer Vertriebsmitarbeiterin? Wie können Sie Besucher über das Internet begeistern? Solange Sie die Verantwortung nicht in die selbst übernehmen und dann die richtigen Weichen stellen,

werden Sie immer mehr Geld für Internet ausgeben und am Schluss immer wieder von Vorne beginnen. Sparen Sie sich Fehlinvestitionen und machen Sie es einfach einmal richtig! Treten Sie aus diesem Teufelskreis heraus und erfahren Sie die wesentlichen Merkmale von Internet Marketing, damit Sie diese in Ihren Marketing-Mix integrieren können.

iROI-Geisteswandel 4:

Ab heute bitte ich Sie, mindestens 1 Stunde pro Woche für Ihre Vertriebsmitarbeiterin zu reservieren. In dieser Stunde wird es wichtig sein, sich mit ihr zu beschäftigen, sich mit ihr zu unterhalten und neue Ideen mit ihr zu entwickeln.

Je mehr Sie sich persönlich um sie kümmern, desto stolzer können Sie auf sie sein und desto besser wird Ihre Vertriebsmitarbeiterin für Sie arbeiten, langfristig die Umsätze steigern und Ihre Ziele verfolgen und erreichen.

Denken Sie bitte immer an folgendes: Sie haben jetzt eine Vertriebsmitarbeiterin, die einen **Wert** von über 10.000 EUR im Monat hat (Sie aber nur ein Bruchteil dessen kostet!). Würden Sie bei so einer wertvollen Mitarbeiterin nicht jede Woche ein Mitarbeitergespräch führen wollen? Genau das machen Sie mit Ihrer Website...pardon...Vertriebsmitarbeiterin ab sofort! Eröffnen Sie einen **Internet Marketing Beirat** - einmal in der Woche oder einmal im Monat, bei dem alle, die sich um die Vertriebsmitarbeiterin kümmern, anwesend sind.

Wir haben damit sehr gute Erfahrungen gemacht, weil dort die Herausforderungen endlich auf den Tisch kommen und Entscheidungen gefällt werden können. Ihr Beirat könnte z.B. bestehen aus:

- Make-Up und Bekleidungs-Experte = Webdesigner
- Gesundheits- und Fitness-Experte = Webprogrammierer
- Strategie und Ziele = Sie persönlich!
- Internet Marketing Begleitung = ausgebildeter Mitarbeiter zu diesem Fachgebiet oder externer Experte

Dr. Gabriele Weimann ist Expertin für Beratung im Gartenbau bei der Landwirtschaftskammer Niedersachsen:

"Absolut inspirierend! Wer bis dahin einen -oder auch noch keinen- Web-Shop hatte, denkt nach dem Vortrag von Herrn Sauldie in neuen Dimensionen!"

Gabriele Dr. Weimann, www.lwk-niedersachsen.de

Norman Kiefer ist Abteilungsleiter bei der Salathé Gartenbau und Landschaftsarchitektur AG

"LEBENDIG – KURZWEILIG – ANREGEND – LOGISCH - So inspirierend und erfrischend kann der Vortrag eines eher trockenen Themas sein.... Hut ab! Gratulation, Herr Sauldie!"

Norman Kiefer, www.salathe.ch

Bei der Internet Marketing Begleitung greifen viele Unternehmen auf eine Videokonferenz mit mir persönlich zurück, um die gesamte Internet Marketing Kampagne zu besprechen und diverse entstandene Fragen direkt vor Ort beantworten zu lassen. Das erspart Zeit und viel Geld, weil man sich Reisekosten, Hotelübernachtungen etc. sparen kann und zusätzlich direkt und schnell im Austausch ist!

iROI-Geisteswandel 5:

Übrigens, es ist heute keine Kunst mehr, eine Website technisch aufzusetzen. Wenn Sie eine günstige Website haben möchten, gehen Sie in einen Getränkemarkt, kaufen Sie sich bitte einen Kasten Bier und gehen Sie damit zu jeder beliebigen Universität. Stellen Sie sich in der Mensa auf diesem Bierkasten und schreien Sie: „Wer möchte meine Website gestalten, im Tausch für diesen Kasten Bier?“ und schon haben eine Menge von „Webdesignern“ zur Seite. Wie gesagt, die Website aufzusetzen, ist keine Kunst mehr, aber diese zum Erfolg zu führen, das ist die Königsdisziplin. **Nicht, daß Sie mich missverstehen:** Sie können das auch mit nicht-alkoholischen Getränken versuchen, denn ich will ja den Alkoholkonsum unter jungen Menschen bestimmt nicht fördern!

Wenn Sie es selbst oder Ihre Mitarbeiter ohne jegliche Programmierkenntnisse erlernen möchten (was ich Ihnen nur empfehlen kann!) schauen Sie auf **www.wp-schulungen.de**

Erfolgreiche Websites der Grünen Branche leben von der **Intelligenz der Vertriebsmitarbeiterin**. Diese kommt nicht nur über das Design, sondern über die Inhalte und deren psychologische Wirkung. Diese Intelligenz kann nur von Ihnen selbst kommen – eine Agentur liefert Ihnen nur die schöne Hülle und – unter Umständen – Texte und Bilder.

Sie müssen Ihrer Vertriebsmitarbeiterin im Internet diese Intelligenz einhauchen – einen **Kiss of Intelligence**³ vollziehen. Webagenturen und Webdesigner sind Künstler, Umsetzer. Das sind diejenigen, denen Sie die Vorgaben geben müssen, denn nur Sie kennen die Ziele und Wünsche Ihres Herzens, Ihre **Leidenschaft** müssen Sie auf diese Vertriebsmitarbeiterin übertragen! Was ist Ihre Philosophie? Warum sind Sie in diesem Business, in dieser Branche? Ein Fehler, der oft gemacht wird: „Liebe Agentur, hier ist mein Katalog, bauen Sie einfach mal unsere Website!“. Was dabei herauskommt, ist eine schöne, aber leider intelligenzferne Vertriebsmitarbeiterin, die herzlos (und oft leider auch verstandslos) durch das Nirwana des Internets schwebt. Schade um das Geld. Ihre Website...ähm....Vertriebsmitarbeiterin kann viel mehr als nur Kataloge, Produkte oder Dienstleistungen präsentieren, sie kann in direktem Kontakt zu Interessenten treten und mit ihnen einen Dialog eröffnen.

Aber nur, wenn Sie ihr Aufmerksamkeit schenken. Übrigens, viele Websites sind einfach nur schön, aber nicht intelligent - schade um das investierte Geld, oder?

³ Im Englischen benutzt man den Begriff „Kiss of Life“ als Mund-zu-Mund-Beatmung

Warum ein 12jähriger Junge Ihren Erfolg bestimmt

Warum er Ihre Vertriebsmitarbeiterin verehren sollte

Es gibt einen über zwölfjährigen kleinen Jungen (geboren am 7. September 1998), der eine Traumaufgabe hat: Verspielt wie kleine Jungs nun mal sind, ist er immer unterwegs und lernt viele, viele Vertriebsmitarbeiterinnen kennen.

So viele Vertriebsmitarbeiterinnen, dass immer mehr Menschen statt in die Gelben Seiten zu schauen, ihn direkt fragen: „Hey, welche Vertriebsmitarbeiterin kennst Du, die uns bei dem Problem x oder y helfen kann?“

Sein Wissen erweitert sich ständig und die Menschen, die ihn fragen, verlassen sich auf sein Fachurteil: Wenn er eine Vertriebsmitarbeiterin empfiehlt, dann ist sie schon gut, so sein guter Ruf.

Diejenigen Vertriebsmitarbeiterinnen, die er nicht gerne oder oft empfiehlt, spüren das natürlich, denn die Nachfrage bleibt dann bei denen entsprechend aus. Einige Unternehmen haben die Bedeutung dieses kleinen Jungen erkannt und „optimieren“ Ihre Vertriebsmitarbeiterin so, dass sie diesem Jungen gefällt. Dieser kleine Junge ist übrigens unser bester Mitarbeiter in der Mund-zu-Mund-Empfehlung, denn die Menschen folgen ihm und seinen Empfehlungen!

iROI-Geisteswandel 6:

Natürlich haben Sie es schon erkannt: Das ist eine Suchmaschine mit dem Namen Google, Bing oder wie alle die anderen heißen. **Halt – so würde es Ihnen ein Techniker erzählen, der die Bedeutung von Suchmaschinen als Marketing-Tool nicht erkannt hat.**

Für uns Unternehmen der Grünen Branche ist insbesondere Google ein Junge, der bei unserer Zielgruppe bekannt ist und uns weiterempfehlen könnte. Wir müssen also alles tun, damit unsere Vertriebsmitarbeiterin von dieser Mund-zu-Mund-Propaganda-Maschine profitieren kann, schließlich ist Google Marktführer in diesem Segment. Übereinstimmende **Statistiken**^{4 5 6} zeigen mit Marktanteilen von mehr als 80 Prozent aller weltweiten Suchanfragen Google als Marktführer unter den Internet-Suchmaschinen. Wenn wir also wissen, was Google mag und nicht mag, sollten wir uns da nicht tunlichst daran halten? Wenn er auf rothaarige Vertriebsmitarbeiterinnen stehen würde, würden wir dann als Unternehmer nicht auch rothaarige Vertriebsmitarbeiterinnen einstellen? Oder lieber doch die schwarzhhaarige Mitarbeiterin, weil Sie **uns** (unserer Oma, unserem Nachbarn und unserer Agentur) gefällt?

Denken Sie darüber nach!

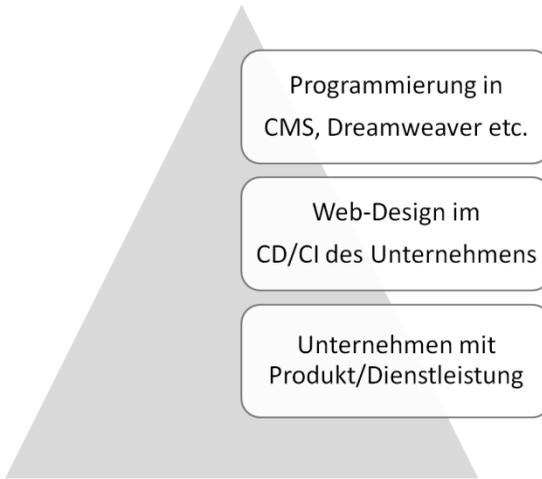
⁴ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13117/umfrage/suchmaschinen-nach-anteil-der-suchanfragen-im-juni-2009/>

⁵ <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,619398,00.html>

⁶ <http://www.webhits.de/deutsch/index.shtml?/deutsch/webstats.html>

Wie bauen 95% eine Website im Internet?

Die meisten Websites werden nach dem einfachen Pyramidenprinzip hergestellt:



In der traditionellen Web-Entwicklung wird vom Unternehmen der Grünen Branche ausgegangen. Es kommt mit einer Idee, mit einem Produkt oder einer Dienstleistung. Dann geht dieses Unternehmen der Grünen Branche auf einen Webdesigner oder eine Webagentur zu und lässt sich mehrere Layouts präsentieren, die dann zum CD/CI⁷ des Unternehmens der Grünen Branche passen, meistens wird das Layout

⁷ CD/CI=corporate design/identity: Visuelles Erscheinungsbild eines Unternehmens oder Organisation

oder das CI/CD aus der Printwelt (z.B. Kataloge, Flyer etc.) übernommen, so dass die Website ein Abbild der traditionellen Marketingunterlagen wird. Danach kann der Webdesigner selbst oder ein Webprogrammierer dieses Design übernehmen und daraus dann eine im Internet mehr oder minder brauchbare Website erstellen.

Ist diese Website fertig, geht es zur Abnahme und die Website wird ins Internet gestellt. Ab sofort schauen die Entscheider und Entwickler auf die Website und warten auf Kunden...und warten auf Kunden...und warten auf Kunden... und warten auf Kunden...und warten auf Kunden...und warten auf Kunden...

Schön, oder? Na klar, viele Unternehmen der Grünen Branche glauben jetzt, super, wir sind im Internet, jetzt geht es los! **Von wegen.** Jetzt steht erstmal alles still und jeder wartet voller Hoffnung auf Besucher und Kunden.

„Aber die Webagentur hat uns doch gesagt, wer nicht im Internet ist, kann dort auch nicht verdienen.....wir sind doch im Internet und es passiert kaum etwas...naja, vielleicht sind unsere Kunden ja nicht im Internet, unsere Putzfrau benutzt es ja auch nicht, wir sollten wieder das Trommeln beginnen.“

Das ist der Grund, warum 95% aller Website nicht erfolgreich sind. Es ist genau diese Pyramide, die verdeutlicht, was schief läuft. Es wird **vom Unternehmen der Grünen Branche ausgegangen** und dann eine Website entwickelt, die sich an die **traditionelle Welt** des Unternehmen der Grünen

Branche orientiert, die aufgebaut ist wie die Flyer, wie die Kataloge, wie traditionelles Marketing halt. Ja, es geht manchmal sogar so weit, dass ein Webdesigner auf die Idee kommt, die Kataloge mit netten Animationen zu versehen (O-Ton eines Webdesigners bei einem meiner Kunden: „Das macht ja den Unterschied zwischen gedrucktem und online Katalogen doch aus.“ Schreckliche Vorstellung, dass er auf die Menschheit losgelassen wird!)

Wenn auch Ihre Website nach diesen Prinzipien entworfen worden ist, dann haben Sie jetzt die Wahl: Sie möchten sich nicht entwickeln, schlagen diesen Leitfaden zu und senden es an Ihre Mitbewerber, da Sie selbst nicht davon profitieren möchten oder Sie lesen weiter und sind bereit, die neue Welt mit neuem Wissen, neuen Augen und neuen Gefühlen zu erobern, Ihre Branche zu revolutionieren und dafür zu sorgen, dass Sie den maximalen Nutzen aus Ihrer Vertriebsmitarbeiterin im Internet ziehen können.

Sind Sie bereit, das bisherige Konzept Ihrer Website zu überdenken und zu überarbeiten, ja, sogar komplett zu erneuern, wenn es Ihnen logisch richtig, praktisch umsetzbar, sinnvoll, notwendig und lukrativ erscheint?

Bei einem klaren JA dürfen Sie umblättern!

Internet Marketing Tipps für Unternehmen der Grünen Branche

Ein Unternehmen der Grünen Branche, das sich nicht um seine Vertriebsmitarbeiterin kümmert, soll sich nicht wundern, wenn diese nur technisch funktioniert, aber emotionslos und damit erfolglos bleibt.

Unternehmen der Grünen Branche, die erfolgreiches Internet Marketing betreiben, benötigen nicht nur eine schöne Vertriebsmitarbeiterin, die Ihnen jede Agentur heute liefert, sondern eine **intelligente Vertriebsmitarbeiterin, die strategisch aufgestellt ist.**

Denken Sie mal darüber nach: Was bringt Ihnen ein schöner, aufwändig gestalteter Messestand, wenn nur Sie und Ihre Mitarbeiter diesen zu sehen bekommen? **Ja, es ist die Intelligenz der Website, die den Unterschied ausmacht und Besucher aus der Wunschzielgruppe anlockt. Alles andere sind nur Websites ohne Herz, Seele und Verstand!**

Denn Google, von dem quasi heute die Existenz vieler Unternehmen der Grünen Branche abhängt, ist ein wesentlicher Faktor geworden im Kampf um neue Aufträge und mehr Sichtbarkeit. Dieser kleine Junge bringt Ihnen wertvolle Besucher auf die Website und empfiehlt Ihre Vertriebsmitarbeiterin weiter - doch nur dann, wenn sie ihm gefällt. Die Herausforderung ist also, eine Website so zu gestalten, dass sie **Menschen und Google** gefällt - und das ist leider bei nur

5% der Websites gut gelöst - die anderen verschwinden im Nirwana des Webs. Aber auch wenn Ihre Website durch entsprechendes "Flirten" mit Google eine Spitzenposition erreicht hat, ist es immer noch nicht Internet Marketing, auch wenn Ihre Agentur Ihnen das vielleicht gerne so verkauft. Durch Suchmaschinen bekommen Sie zunächst Besucher!

Die Wahrheit über Internet Marketing

Viele Agenturen versprechen Ihnen mit Internet Marketing viele Kunden ohne Aufwand - und das ist leider nicht wahr! Internet Marketing dient dazu, aus einem **Interessenten** im Internet einen **Besucher** zu generieren, der Ihre Website oder Vertriebsmitarbeiterin besucht. Die Aufgabe des Webdesigns ist es, aus einem Besucher einen **Kontakt** zu machen. **Jetzt sind Sie gefragt:** Sie müssen nun aus diesem Kontakt z.B. durch ein persönliches Gespräch einen **Kunden** gewinnen- das läuft nicht automatisch, insbesondere nicht in der Grünen Branche - denn die Wünsche der Kunden sind sehr individuell. Das Internet kann dabei helfen, die richtigen Partner zusammenzubringen!

Hören Sie sich das bitte einmal an unter www.internetmarketing.fm - dort gibt es dazu Audiobeiträge, den Sie auch als mp3 herunterladen können - natürlich gratis! Ich biete z.B. einen wöchentlichen Videonewsletter an, der gegen einen geringen Betrag als Abo gebucht werden kann - schauen Sie sich ihn an: www.ivideonewsletter.de

Der iROI®- Grüne Branche-Erfolgstrichter



Ihre Kunden erwarten heute nicht nur, daß Sie in Ihrer Branche der Beste sind und die besten Produkte und Dienstleistungen abliefern, sondern Kunden möchten von Ihnen begeistert werden. Nehmen wir ein Beispiel aus der Welt der sozialen Netzwerke wie Facebook - stellen wir uns vor, Sie betreiben ein Floristik-Geschäft und haben durch lokales Marketing in Ihrer Stadt eine gewissen Bekanntheit erreicht. Trotzdem sind Sie an einer Steigerung Ihrer Umsätze interessiert. Wie wäre es, wenn Sie in der Lage wären, mit nur einem Mausklick alle Freunde Ihrer Kunden über neue Blumen und Angebote zu informieren?

The screenshot shows the Facebook profile of Fleurop. The page features a cover photo with the text 'FLEUROP bringt's.' and a profile picture. The main content area displays several posts:

- Post 1:** 'Fleurop Urlaubszeit ist Bücherzeit! Dieser schöne Strauß versorgt zugleich mit Stoff zum Schmökern: FLEUROP - "Blumen mit Thalia-Geschenkkarte" - Fleurop'. It includes a photo of a bouquet and text about a gift card worth 10 Euro.
- Post 2:** 'Fleurop Passend zur Blumendeko auf dem Tisch Blühendes auf die Teller - habt ihr schonmal mit Blumen gekocht?'. It features a photo of a dish and text about 'Köstliche Blumen: Blütenküche bringt Flowerpower auf den Teller'.
- Post 3:** 'Fleurop Sags durch die Blume! Mit dieser kleinen Einführung in Blumen-Symbolik: Blühende Botschaften - Die Symbolik der Blumen | Fotostrecke'. It includes a photo of a bouquet and text about a 'Panorama - Frankfurter Rundschau'.
- Post 4:** 'Fleurop Wie wärs mit goldenen Geburtstagsblumen für sonnige Sommerlöwen?'. It features a photo of a bouquet and text about 'FLEUROP - "Astrustrauch Löwe" - Fleurop'.

On the left sidebar, there are sections for 'Informationen' (founded in 1908), '544 Personen gefällt das', and 'Fotos' (2 von 5 Alben). On the right, there are sections for 'Werbeanzeige erstellen' and 'Facebook-Seiten'.

Über Facebook hat z.B. Fleurop die Menschen, die Fleurop kennen und schon benutzen, auf sich aufmerksam gemacht - und zusätzlich profitiert Fleurop auch von den Freunden seiner Kunden. Das ist einfach toll, denn nun machen die Kunden bei ihren Freunden Werbung für Fleurop.

iROI-Geisteswandel 7:

Die Freunde meiner Kunden sind potenzielle Kunden für mich! Das ist Social Media Marketing pur!

Auch mein Facebook-Marketing mache ich nicht alleine, ich habe da einen jungen Mann namens Filip, den ich auch Ihnen gerne ans Herz lege, wenn Sie eine Kampagne in Facebook planen, denn er hat schon vielen meiner Kunden dabei geholfen, Facebook als echtes Marketing-Tool einzusetzen. Es gibt schon die ersten Unternehmen, die aufgewacht sind aus dem Schlaf der Tradition und diese Wege gehen, schauen Sie mal: Das ist die Facebook-Seite von Stadelmann Garten u. Grünflächenbau:

The screenshot shows the Facebook profile of 'Gartenbau Stadelmann'. The profile picture features the company logo 'DELMA für Gartenbau'. The cover photo shows a lush garden. The page is divided into several sections:

- Header:** Facebook logo, search bar, and navigation links (Startseite, Profil, Konto).
- Profile Info:** Name 'Gartenbau Stadelmann', 'Gefällt mir' button, and tabs for 'Pinwand', 'Info', 'Fotos', and 'Diskussionen'.
- Recent Posts:**
 - Post 1:** 'Gartenbau Stadelmann Trockenmauerwerk Stiegenbau mit Natursteinen'. Includes three photos of stone walls and a caption: 'Mauern und Stiegen 20 neue Fotos 23. März um 13:55 · Teilen 9 Personen gefällt das. Annina Fei (ooo maaaggg :-)) 23. März um 22:31 · Melden'.
 - Post 2:** 'Gartenbau Stadelmann Team Stadelmann'. Includes three photos of team members and a caption: 'Unser Team 9 neue Fotos 12. März um 11:32 · Teilen 11 Personen gefällt das.'.
 - Post 3:** 'Bernhard Grissmann gschiede böm hond ihr halt net...aber oh egal :-)'.
 - Post 4:** 'Gartenbau Stadelmann must halt zu mir ko und niet zum Franz... :-)'.
 - Post 5:** 'Franz Philipp Wo da nette Herr Grissmann kump isch waran mir im laga neue Bäume Schlägen!!!! Der war net bei mir!!!!'
- Left Sidebar:**
 - Profile picture and name 'STADELMANN Garten u. Grünflächenbau'.
 - Buttons: 'Zu den Favoriten meiner Seite hinzufügen', 'Freunden vorschlagen'.
 - Section: 'Wir Planen und Gestalten Ihren Traumgarten!'.
 - Section: 'Informationen' (Gegründet: 1971).
 - Section: '1 FreundIn gefällt das.' (Nicole Ferk).
 - Section: '365 Personen gefällt das.' (Thomas Wiederin, Harald Fitz, Roman Jahoda, Rana Bezley, Karin Haag, Sina Samejan).
 - Section: 'Fotos' (2 von 3 Alben, 'Alle anzeigen').
 - Section: 'Mauern und Stiegen' (Vor etwa 4 Monaten erstellt).
- Right Sidebar:**
 - Section: 'Werbeanzeige erstellen'.
 - Section: 'Facebook-Seiten' (Facebook-Seiten helfen dir dabei, neue Künstler, Unternehmen und Marken zu entdecken. Du kannst dich zudem mit denen vernetzen, die du bereits magst. Weitere Werbeanzeigen).

Haben Sie im Moment vielleicht nur eine Website und keine Vertriebsmitarbeiterin - dann sollten Sie das bald ändern, Sie sind nicht allein als Unternehmen der Grünen Branche auf Ihrem Gebiet unterwegs - und Ihre Mitbewerber lesen diesen Leitfaden gerade auch!

iROI-Geisteswandel 8:

Ihre Website hat die Aufgabe, aus Besuchern Kontakte zu generieren. Sie können 100.000 Besucher pro Tag auf der Website haben, solange Sie keine Kontakte daraus generieren, haben Sie einen „toten“ Messestand aufgestellt. Sie werden kaum Kontakte gewinnen, wenn Ihre Website zwar schön ist, aber fast niemanden zur Kontaktaufnahme motiviert.

Im Internet ist es daher wichtig, dass Ihre Website gut gefunden wird - besser gefunden wird als Ihre Mitbewerber!

Wie Google tickt

Google hat keine Augen

Während wir Menschen Augen haben, hat Google leider keine Augen. Ob Ihre Vertriebsmitarbeiterin also schön ist oder nicht, interessiert Google nicht. Ob sie blaue, rote oder grüne Kleider trägt, ebenso nicht. Google ist ein echter Gentleman und interessiert sich für die **inneren Werte**! Das bedeutet, so wie wir Menschen auf die Website schauen, so schaut Google diese Website leider nicht an. Google sieht diese Lady leider mit ganz anderen Augen!

Wenn wir also unsere Website aufsetzen, müssen wir für Menschen **und** für blinde Suchmaschinen optimieren. Genau das ist es, was den Unterschied ausmacht: Die meisten Websites werden nur für Menschen optimiert (klar, das sind ja auch die, die das Werk letztendlich bezahlen), aber die Suchmaschinen sorgen für die Besucher, die Interessenten werden können!

Schauen Sie mal das **Beispiel auf der nächsten Seite an**: www.ivideonewsletter.de.

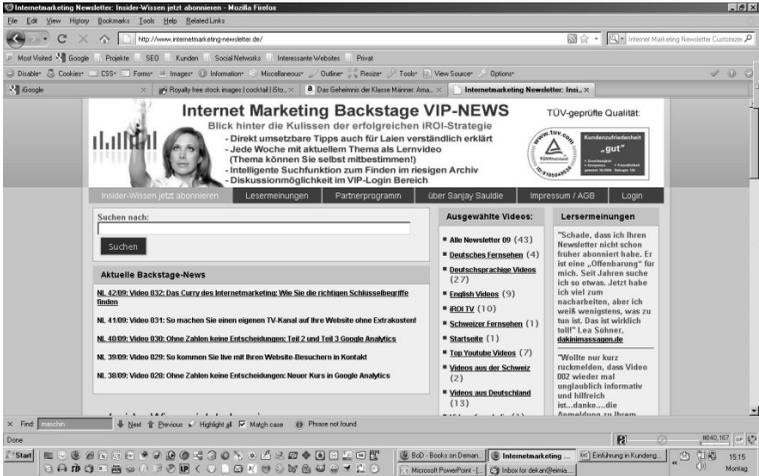
Wir sehen Bilder und Texte. Vielleicht haben Sie auf die Frau geschaut und dann mit dem Auge die weiteren Website-Inhalte angeschaut. Das ist, was wir Menschen beim Besuch der Website erleben.

iROI-Geisteswandel 9:

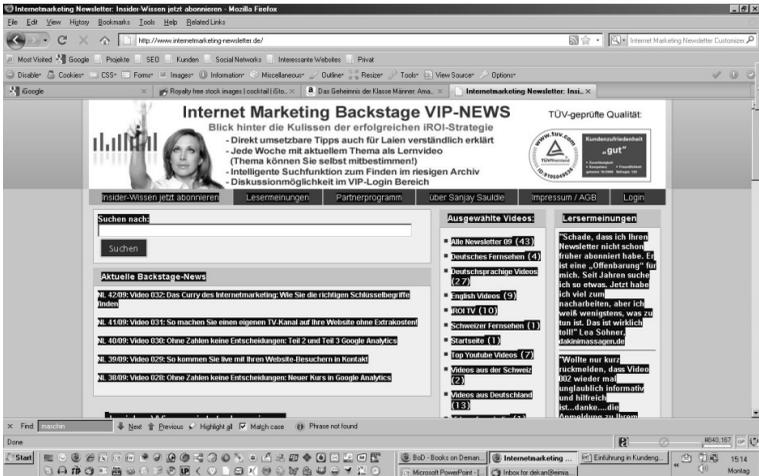
Testen Sie einfach, was eine Suchmaschine auf Ihrer Website überhaupt zu sehen bekommt, indem Sie jetzt auf Ihre Website gehen und dann – wenn die Website komplett geladen ist, einfach die **Tastenkombination STRG und A** drücken.

Alle Texte, die markiert erscheinen, sind überhaupt für Google lesbar – die anderen Texte sind für Google einfach nur ein unlesbares Feld. Texte, die in Bildern enthalten sind, können von Suchmaschinen nicht interpretiert werden und damit auch nicht in den Index aufgenommen werden!

Das sieht ein Mensch:



Das sieht eine Suchmaschine:

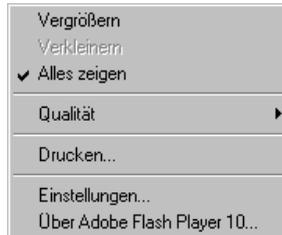


Die Zeile „Internet Marketing Backstage VIP-NEWS“ steht in einem Bild und ist daher nicht markiert und damit für Suchmaschinen nicht sichtbar. Machen Sie diesen Test jetzt auch bitte auf Ihrer Website. Ist genug Text für Google und Menschen vorhanden, um diesen zu indexieren?

Es ist auch sehr wichtig, dass insbesondere die Links in der Navigation – in diesem Fall oben z.B. „Insider Wissen jetzt abonnieren“ für Google lesbar sind – d.h. dass die Texte der Links markiert worden sind. Hat Ihr Designer vielleicht die Links mit Bildern gestaltet, dann haben Sie unter Umständen Google den Weg zu Ihrer Vertriebsmitarbeiterin versperrt!

iROI-Geisteswandel 10:

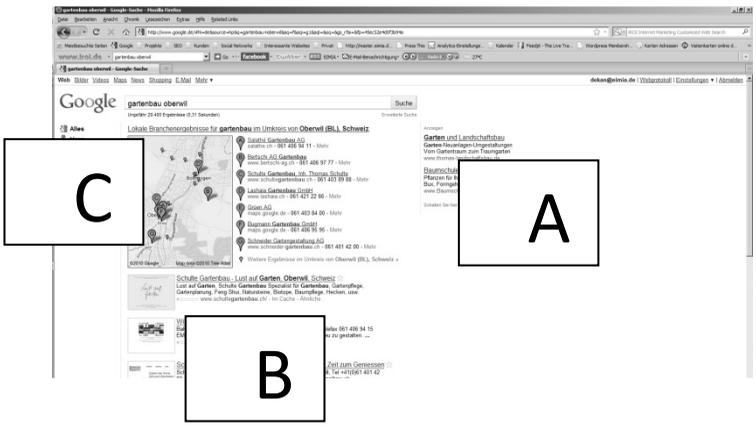
Wenn Sie eine Animation auf der Website haben, vielleicht sogar auf der Startseite, dann klicken Sie einfach mal mit der rechten Maustaste auf die Animation. Haben Sie Flash-Animationen auf Ihrer Website, so sind diese quasi komplett unsichtbar für Google. Erscheint folgendes Fenster, dann haben Sie es mit einer Flash-Animation zu tun, die Ihre Vertriebsmitarbeiterin wie eine verschleierte Frau vor Google versteckt. Schade, um der Schönheit willen, Kunden zu vergraulen, nicht wahr? Und sie an Mitbewerber, die kein Animations-Schnick-Schnack haben, zu verlieren!



So funktioniert Google

Was passiert eigentlich genau, wenn wir in Google einen Suchbegriff eingeben? Google schaut in seinen Datenbeständen nach diesem Begriff und liefert uns ein Ergebnis mit den Top 10 Vertriebsmitarbeiterinnen, die er für sehr kompetent hält. Zusätzlich zeigt er uns in einem Spezialbereich Vertriebsmitarbeiterinnen an, die zwar gerne auf eine Top-Position gelangen möchten, es aber nur schaffen, wenn sie Google dafür bezahlen, was Google sehr reich macht.

Das ist ein typisches Suchergebnis bei Google beim Suchbegriff z.B. "gartenbau oberwil"



Sie sehen, daß Google verschiedene Bereiche auf seiner Suchergebnisseite hat: Die Bereiche A sind bezahlte Suchergebnisse und werden mit SEM bezeichnet – SEM („search engine marketing“) bedeutet Suchmaschinenmarketing durch

Kauf von Anzeigen bei Google. Google nennt dieses Angebot Google Adwords. Webagenturen mögen das sehr gerne, denn erstens bekommen manche Agenturen von Google pro Klick Beteiligungen am Umsatz (durch AdSense) und zweites können diese Webagenturen oft keinen strategischen Aufwand leisten, um die Inhalte der Website zu optimieren, da das Know-How leider einfach fehlt (daher bezeichnen wir diese auch nicht als Webagenturen sondern als Webdealer!)

Da ist es dann einfacher, eine Anzeige zu schalten – auf Ihre Kosten (und es als Internet Marketing zu verkaufen!). Denn das Ganze funktioniert so: Nehmen wir an, Sie möchten bei dem Begriff "Gartenbau" optimal gefunden werden. Dann können Sie oder Ihre sehr erfreute Webagentur zu Google gehen und um einen Anzeigenplatz bitten – dann sagt Ihnen Google: „Ok, machen wir, kostet pro Klick z.B. 50 Cent.“

Sie willigen ein und überweisen Google ein Budget von z.B. 100 EUR – also haben Sie 200 Klicks eingekauft. Schön, sagen Sie, das ist ja wunderbar, dann habe ich ja 200 Besucher mehr! Ja, das ist richtig, aber ob diese aus Ihrer Zielgruppe kommen, ist eine ganz andere Frage.

Es gibt inzwischen Firmen im Osten, die sich darauf spezialisiert haben, die Anzeigen bei Google einfach solange mit verschiedenen Rechnern aus aller Welt durchzuklicken, bis deren Budget verbraucht ist⁸. Warum machen die das?

⁸ <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,500658,00.html>

Als erster Punkt: So werden unliebsame Mitbewerber zum frühen Budget-Tod gebracht und außerdem bekommen diese Anbieter als Webagentur ja eine Provision pro Klick von Google – in unserem Beispiel z.B. 10 Cent. Dann ergibt sich für die Webagentur einfach folgende Rechnung:

Schaltung Ihrer Anzeige:	100,00 EUR
Gekaufte Klicks:	200 Klicks
Provision nach Verbrauch:	20,00 EUR
Gesamtumsatz:	120,00 EUR

und Sie haben im schlimmsten Fall keinen weiteren Kunden, sondern nur für Klicks gezahlt. Interessantes dazu hier⁹. Bei der iROI-Strategie empfehlen wir, lieber langfristigeren Aufwand zu treiben, um bei Suchmaschinen in den freien Bereich B zu kommen. Das gelingt nur durch nachhaltige Optimierung, die Sie als Roadmap in der iROI-Strategie vorfinden. Alle iROI-Anwender konnten entweder Ihr Adwords-Budget extrem senken oder sogar ganz darauf verzichten! Was geben Sie momentan aus für Google Adwords und was möchten Sie in der Zukunft sparen? Bedenken Sie auch, dass Adwords immer pro Begriff verrechnet werden – bei der iROI-Strategie gehen wir davon aus, dass Sie für praktisch alle Ihre Begriffe optimieren und nicht für jeden Begriff extra zahlen müssen. Wie oft klicken Sie auf den freien Bereich B und wie oft auf Anzeigen im Bereich A? Genauso verhält es sich auch bei Ihren Interessenten im Internet!

⁹ http://www.contentmanager.de/magazin/artikel_877_klickbetrug.html

Wie komme ich bei Google nach oben?

Also, konzentrieren wir uns auf die freien Bereiche B und C, den Google benutzt, um uns wertvolle Websites vorzustellen.

Der Bereich C ist sehr interessant, denn in unserer Suche haben wir einen Ort eingegeben, so wie es viele Menschen tun, die auf der Suche nach lokalen Anbietern wie Sie sind.

Wenn ich jemandem z.B. einen Blumenstrauß schicken will, dann würde ich - da ich in Mannheim lebe - Floristik Mannheim in Google eingeben und dann schauen, wer dort erscheint - ein Anbieter in Hamburg hätte da kaum Chancen. Daher ist es für die Grüne Branche so wichtig, frühzeitig sich um lokales Marketing im Internet zu kümmern, denn gerade hier liegt die Chance im Internet: Die Menschen suchen nach einem lokalen Anbieter, der aber dann erst gefunden werden muss!

In unserem Beispiel liefert Ihnen sogar Google eine Karte, in der die Unternehmen angezeigt werden, die zum Suchbegriff Gartenbau passen - und Sie finden auf einen der oberen Plätze das Unternehmen Salathé. Allerdings macht das Google nicht von alleine - Sie müssen sich dafür beim kostenlosen Dienst unter <http://maps.google.de/> anmelden, denn sonst wird Sie Google nicht automatisch anzeigen. Das bedeutet also für Sie: Melden Sie sich bitte umgehend an - und falls Sie mehrere Filialen besitzen, dann sollten Sie für jede Filiale einen solchen Google-Maps Eintrag vornehmen.

Der Bereich B wird durch den Begriff SEO („search engine optimization“) gekennzeichnet. Viele SEO-Agenturen gibt es inzwischen, die Ihnen hohe Positionen bei Google versprechen – wenn die alle so gut arbeiten würden, wie sie es versprechen, bräuchte es diesen Leitfaden gar nicht! Nehmen wir dazu ein anderes Beispiel: In der Ergebnisliste bei Google finden wir immer zu jeder Website drei Angaben zu jeder Website. Wenn Sie in Google nach "Gartenbau Beratung" suchen, finden Sie den Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen (LLH) mit folgendem Eintrag:

Google hat Kriterien, die den Anforderungen eines Bibliothekars ähnlich sind und da diese Kriterien maschinell ausgelesen werden, können wir selbst auf unserer Website die entsprechenden Optimierung vornehmen.

Wir müssen dazu einfach nur wissen, wie ein Bibliothekar denkt und arbeitet: Wenn wir in eine Bibliothek gehen, dann sagen wir z.B. wir suchen ein Buch über das Thema x.

Was macht der Bibliothekar?

Er sucht alle Bücher, in denen das Wort x im **Buchtitel** vorkommt. Wenn er diese Bücher hat, dann schaut er in den **Buchklappentext** (Text auf der Rückseite des Buches) und analysiert, bei welchen Büchern dieser Suchbegriff x im Buchklappentext vorkommt.

Dadurch fallen schon sehr viele Bücher aus dem Raster. Dann schaut er nach, wer es geschrieben hat. Wenn der **Autorname** auch mit diesem Thema übereinstimmt, wunderbar!

So gibt es ca. 85 Kriterien, die beim Bewerten von Büchern zu Rate gezogen werden. Stellen Sie sich einfach vor, Ihre Website wäre jetzt wie ein Buch mit vielen Seiten, Kapiteln und Inhalten.

Die ersten drei Säulen für Internet Marketing

Eintrag bei Google:

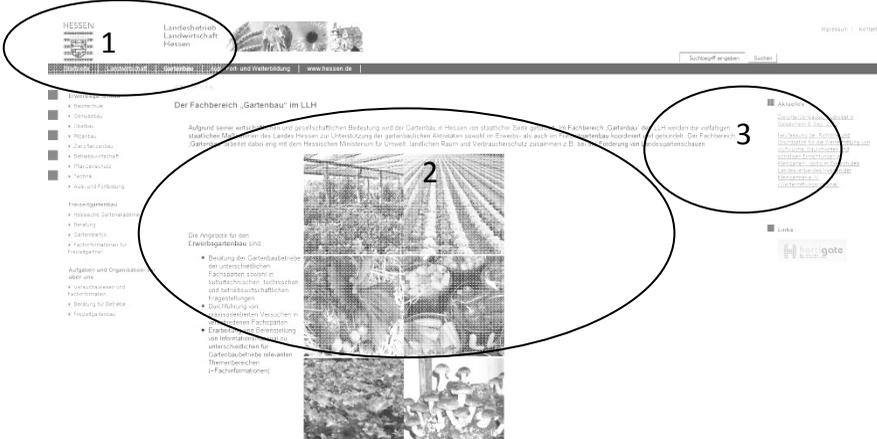


- **Säule 1: (blau in Google) Buchtitel:** Gartenbau
- **Säule 2: (schwarz in Google) Buchklappentext:** Im Fachbereich „Gartenbau“ des LLH werden die vielfältigen staatlichen ... Beratung der Gartenbaubetriebe der unterschiedlichen Fachsparten sowohl in ...
- **Säule 3: (grün in Google) Buchautor:**
www.llh-hessen.de/gartenbau/index_gartenbau.htm

Die Frage, die sich natürlich stellt, woher nimmt Google diese Informationen von unserer Vertriebsmitarbeiterin? Wenn man das wüsste, könnte man ja dort genau die strategische Informationen hinterlegen und damit wären die ersten Optimierungsschritte ja schon getan. Genau diese Frage stellte mir Frau Borchert von der Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen am 18.05.2010 an meinem Vortrag - Kundengewinnung im Internet - beim Zentralverband Gartenbau ZVG e.V. in Bad Malente. Schauen wir einfach auf die Website:



Wo haben Sie als erstes hingeschaut? Wir Menschen im Abendland schauen meistens von links nach rechts, weil wir so lesen. Wenn Sie Ihre Website für den arabischen Markt optimieren, dann gelten dafür andere Gesetze. Ich zeige Ihnen einfach mal eine sogenannte Eye-Map an, die uns anzeigt, wohin die meisten Menschen in welcher Reihenfolge geschaut haben.



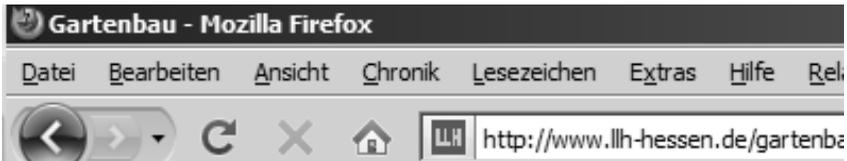
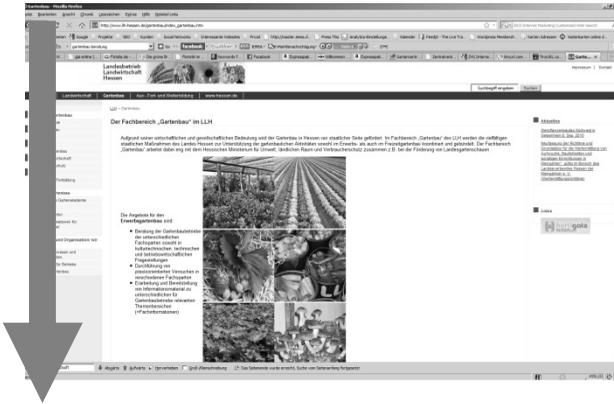
So oder ähnlich haben auch Sie die Vertriebsmitarbeiterin der LLH kennengelernt, oder? Und genau das machen auch die Menschen auf Ihrer Website. Allerdings: An den markierten Stellen und auch sonstwo auf der Website tauchen die Begriffe gar nicht auf, die wir eigentlich durch die Google Suchergebnisse erwartet hatten. Komisch, oder?

Die Lösung: Eine Suchmaschine hat keine Augen! Daher schaut Sie auf ganz andere Stellen hin als wir Menschen, wenn es um die Einsortierung der Information geht.

Ich zeige Ihnen nun diese Stellen, die Sie dann bitte auch auf Ihrer Website entsprechend überprüfen und kontrollieren!

Die erste Stelle finden wir **ganz oben links**, da wo wir als Menschen fast nie hinschauen. Weiß auf Blau steht dort genau die Information, die Google im Suchergebnis anzeigt. **Exakter Wortlaut!** Das ist also die Stelle, wo Google als erstes hinschaut.

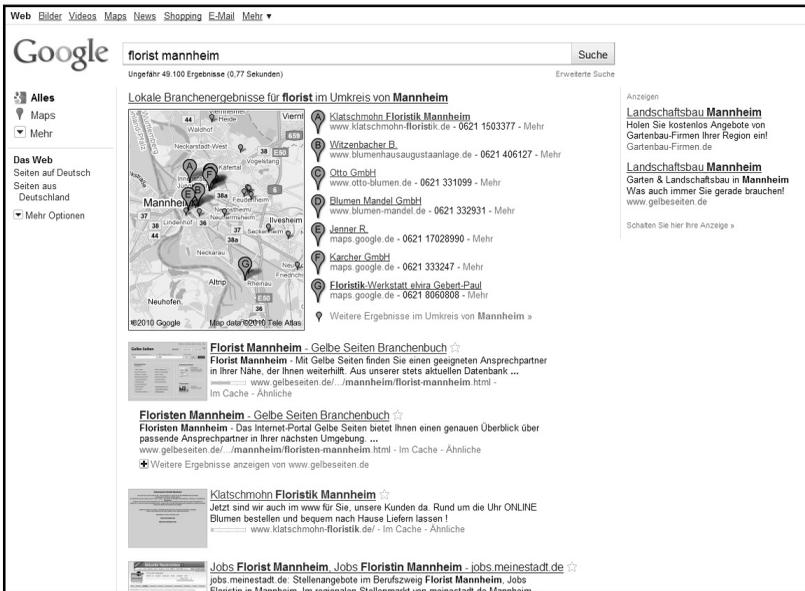
Machen Sie bitte diesen Test mit Ihrer Website – welche Informationen geben Sie gerade an Google weiter – und sind diese sinnvoll gewählt oder steht da vielleicht nur Ihr Firmenname oder sogar das Wort: Startseite oder Home? Dann verschenken Sie gerade wichtiges Potential, denn dort sollten Ihre 3-5 wichtigsten Schlüsselbegriffe stehen!



iROI-Geisteswandel 11:

Der Titel Ihrer Website ist wichtig für Google, daher sollten Sie in der Lage sein, den Titel Ihrer Website auch individuell einzugeben, denn so wie der LLH taucht dieser Text nur in der Titel-Zeile auf, sonst nirgends – dieser wurde also individuell für Suchmaschinen angepasst.

Nehmen wir ein weiteres Beispiel, damit Sie das neue Schauen auf Websites wirklich erlernen. Ich gebe mal neugierigerweise einfach mal *Florist Mannheim* ein und bekomme folgendes Ergebnis:



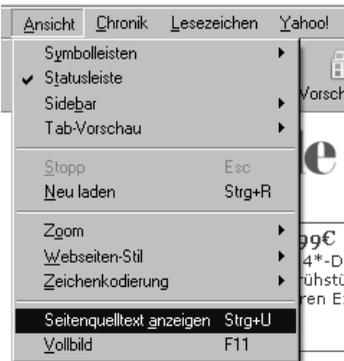
Wie zu erwarten war, weil wir eine Stadt eingegeben haben, liefert mir Google eine Karte und auf dieser Karte sind jetzt Floristen verzeichnet, die aus Mannheim kommen (Bereich C). Auf der rechten Seite werben 2 Firmen, die ich aber komplett ignoriere (Bereich A).

Interessant ist für mich der Bereich B, in dem ich die Klatschmohn Floristik in Mannheim finde. Schauen wir uns Ihren Eintrag an, und Sie werden staunen, warum sie dort an einer so guten Suchmaschinenposition zu finden ist - Haben Sie mal auf den Titel geschaut?



Da steht genau mein Suchbegriff drin - Floristik Mannheim - Sie sehen, wie es funktioniert. Nun, jetzt kümmern wir uns um den anderen Teil - **den Buchklappentext**.

Abgesehen vom Rechtschreibfehler ist die Aussage wunderbar - nur, wenn ich auf die Website klicke, dann sehe ich diesen Satz nirgends! Woher weiß Google also, was es anzeigen soll?



Woher holt sich Google die zweite Information, den **Buchklappentext**, den wir hier ja auch nirgends sehen können. Nun, ein Buchklappentext ist ja meistens ein Text, der zum Kauf eines Buches animieren soll.

Dieser Text taucht nicht im Buch auf, oder? Der Buchklappentext enthält Marketingaussagen, damit sich das Buch besser verkaufen lässt!

Also Texte, die eigentlich nicht im Buch auftauchen, sondern nur zum Verkauf animieren sollen. Diesen Bereich nennt man den **meta description** Bereich. Den können Sie sehen,

in dem Sie auf Ihren Browser auf ANSICHT und dann auf QUELLTEXT anklicken. Jetzt wird Ihnen der Programmcode angezeigt – keine Angst, Sie brauchen keine Programmierkenntnisse - Sie müssen als Entscheider nur wissen, wo und wie Sie optimal kontrollieren können.

Wenn Sie diese so wichtigen Bereiche nicht selbst ändern können, wechseln Sie Ihre Webagentur!

Dann zeigt uns der Browser folgende Ansicht der Website:

```
<META NAME="description" CONTENT="Jetzt sind wir auch im www für Sie, unsere Kunden da. Rund um die Uhr ONLINE Blumen bestellen und bequem nach Hause Liefern lassen ! ">
```

Schauen Sie genau hin: der Befehl wird mit <meta name=„description“ Content=" "> angezeigt. Und dort steht genau der Text, den auch Google anzeigt (sogar mit Rechtschreibfehler!)



Spannend, oder? Sie selbst können also festlegen, was Google in den Suchtreffern anzeigt! Das ist kein Zufall, sondern von Google so gewollt!

Wenn Sie allerdings diese Angabe weglassen, dann muß Google einfach irgendetwas anzeigen, wie z.B. bei der LLH:



Hier könnte man noch optimieren!

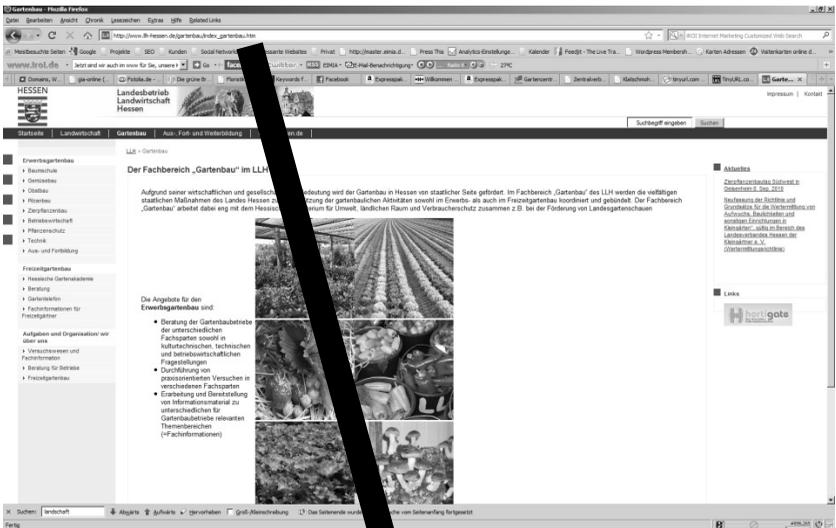
iROI-Geisteswandel 12:

Was steht auf Ihrer Website unter DESCRIPTION (auf Deutsch „Beschreibung“)? Leider treffe ich bei meinen Vorträgen fast immer auf Websites, bei der die Webdesigner vergessen haben, solch einen „Buchklappentext“ zu schreiben. Geben Sie in Google einfach mal Ihre Internet-Adresse www.name.de als Suchbegriff ein! **Stellen Sie sich bitte einfach vor:** Die meta description ist der erste Satz, den Ihre Vertriebsmitarbeiterin einem ersten Interessenten mitteilt. Was sollte sie dort optimalerweise sagen und was könnte dann die Menschen begeistern, auf Ihre Website zu klicken?

Fragen Sie bitte Ihre Webagentur, wo **Sie** diese Informationen in Ihrem System eingeben können – nur wenn Sie in der Lage sind, diese Informationsquelle für Google selbst zu steuern, können Sie langfristig auch gute Positionen erhalten. Natürlich ist dies nicht eine Garantie für eine Top-Position, aber **eine wichtige Voraussetzung!** Wenn Sie schon eine neue Website aufsetzen oder die alte Website optimieren,

dann doch mit allen Möglichkeiten, die Ihnen heute zur Verfügung stehen, nicht wahr?

Zum letzten, fehlenden Punkt: der Autor. Schauen wir uns noch mal die Seite der LLH an. Woher nimmt Google die letzte Zeile?



Den Autor finden Sie auf der Website an folgender Stelle, wo Sie garantiert noch nie hingeschaut haben, stimmt`s?



Der Autor bei einem Buch ist vergleichbar mit der Internet-Adresse, die im Browser angezeigt wird. Was können wir von

dieser Website lernen? Hier wurde dafür gesorgt, daß die Internet-Adresse genau den Schlüsselbegriff **gartenbau** enthält. Ein Zufall? Bestimmt nicht – hier wurde genauestens darauf geachtet, es richtig zu machen. Nun, was die können, können Sie hoffentlich auch – es kommt auf Ihre Software an, mit der die Website entwickelt wurde!

<http://www.name.de/page.php?id=124>

The screenshot shows a WordPress article editor interface. At the top, there is a navigation bar with "Marketing für Entscheider – Zur Startseite" and a "Neuer Artikel" button. Below this is a "Artikel bearbeiten" section with a star icon. The main content area shows the article title "Wolfgang Clement spricht mit Sanjay Saudie auf der Zukunft Perso" in a text box. Below the title, the "Permalink" field contains the URL "http://www.iroi.de/wolfgang-clement-ehemaliger:". A black arrow points from the URL above to the "wolfgang-clement-ehemaliger" part of the permalink. To the right of the permalink are "Speichern" and "Abbruch" buttons. Below the permalink is a "hochladen/einfügen" section with icons for image, audio, and video. To the right of this section are "Grafisch" and "HTML" tabs. Below these is a rich text editor toolbar with various icons for bold, italic, text color, background color, bulleted list, numbered list, link, unlink, and other formatting options. The main content area shows a photograph of two men, Wolfgang Clement and Sanjay Saudie, standing together. To the right of the photograph is a text block starting with "„Unternehmen müssen kreativ werden, um Mitarbeiter zu motivieren und an sich zu binden, um im internationalen Wettkampf um die besten Köpfe bestehen zu können.“, sagt Wolfgang Clement, ehemaliger Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit auf der Zukunft Personal Messe in Köln. Wissensmanagement, lebenslanges Lernen, aktive Gesundheitsförderung und vielseitige Personalstrategien seien dabei wesentlich für die Zukunft. Hier zu sehen im Gespräch mit".

Das zeigt der Browser bei Ihrer Website an, wenn Sie einfach mal auf Ihrer Website surfen? Wenn Ihre Agentur nicht weiß, wie man gute Adressen konstruiert, verweisen Sie diese bitte zunächst auf die Schulbank und schenken ihnen das Buch "Die Geheimnisse erfolgreicher Websites". Sie sollten diese Adresse selbst festlegen dürfen, so wie ich hier in WORDPRESS auf meiner Seite.

Hier noch einmal die Zusammenfassung dieser drei Bereiche mit direkten Handlungsanweisungen.

iROI-Geisteswandel 13:

Title: Hier kommen Ihre Schlüsselbegriffe hinein, nicht mehr als 3-5 Worte, die zum Inhalt Ihrer Website passen. Stellen Sie sich vor, Sie müssten für Ihre Vertriebsmitarbeiterin an einem Messestand ein T-Shirt herstellen – welche Worte müssten auf dem Rücken geschrieben werden, damit sie die richtige Zielgruppe anlockt?

Meta Description: Schreiben Sie hier in 1-2 Sätzen (max. 160 Zeichen) zusammen, was Ihre Kernkompetenz ausmacht, was zeichnet Sie als Experten in Ihrem Fachgebiet aus? Stellen Sie sich vor, Ihre Vertriebsmitarbeiterin ist auf der Messe und wird wegen Ihrer Fachkompetenz angesprochen – was werden ihre ersten Sätze sein?

URL: Die Internet-Adresse sollte lesbar sein und möglichst einen Schlüsselbegriff beinhalten – es ist möglich, den Dateinamen auch mit bis zu 3 Worten, die durch Bindestriche getrennt sind – zu optimieren.

Der Leitfaden-Umfang ist nun zu Ende, aber wenn Sie mehr Geisteswandel erhalten möchten und mehr über Marketing im Internet in einfachen Worten verstehen möchten, dann erwerben Sie doch das Buch "Die Geheimnisse erfolgreicher Websites" - **Schauen Sie dazu auf Seite 51.**

Mein Dank gebührt Ihnen, liebe Leser!

Und all den vielen Anregungen und tollen Erfahrungen, die ich in Coachings, Vorträgen und Seminaren mit Entscheidern der Grünen Branche erfahren durfte. Lernen Sie mich persönlich kennen, meine aktuellen Seminartermine finden Sie unter

www.gruenes-internetmarketing.de

Einen ganz lieben Dank auch meiner Muse Rita,
ohne die mein Werk nicht entstehen könnte.



Die Geheimnisse erfolgreicher Websites

Einfach. Verständlich. Unterhaltsam.
Kundengewinnung im Internet



Die Geheimnisse erfolgreicher Websites

Die iROI®Strategie
für Manager & Entscheider

SSX - Verlag für audiovisuelle Medien

Ein paar Geisteswandel aus diesem Buch haben Sie ja nun in diesem Leitfaden bereits erhalten - wie wäre es mit noch mehr wertvollen Informationen, damit Ihre Website zu Ihrer besten Vertriebsmitarbeiterin wird?

Das Internet verändert unsere Welt. Die Art, wie wir arbeiten, die Art wie wir leben, die Art wie wir Unternehmen führen müssen. Viele Entscheider sind durch die neuen Entwicklungen überfordert und verlassen sich bei ihrem Internet-Auftritt einfach auf ihre Webagentur oder die eigene IT/Web-Abteilung. Für diese Entscheider wurde dieses Buch geschrieben: Einfach. Verständlich. Unterhaltsam.

Über 50 ausgewählte Geisteswandel finden Sie in diesem Buch, in einfachen deutschen Worten, leicht nachzuvollziehen und ohne Denglish, so wie dieser Leitfaden auch!

Jetzt bestellen und profitieren:

ISBN 978-3-8391-4206-6, Paperback, 204 Seiten

Autor: Sanjay Sauldie

SSX-Verlag

Platz für Ihre Notizen:

Wir unterstützen die SOS Kinderdörfer

Für Macher mit Herz

Die Zukunft liegt in Ihren Händen: Helfen Sie Kindern in Not!
Unsere Website macht es Ihnen leicht,
Ihre ganz eigene Spendenaktion zu gestalten.

www.meine-spendenaktion.de

Unsere Website
für Ihre Aktion!



„Man muss Glück
teilen, um es
zu multiplizieren.“

Marie von
Ebner-Eschenbach



SOS KINDERDÖRFER
WELTWEIT

Jedem Kind ein liebevolles Zuhause

Ridlerstraße 55, 80339 München, Tel.: 0800/50 30 300 (gebührenfrei)

www.sos-kinderdoerfer.de

Website-Erstellung nach der iROI-Strategie



Machen Sie sich unabhängig von Werbe- und Webagenturen!

Für alle Unternehmen der Grünen Branche, die es satt sind, immer wieder teures Geld in den Aufbau und nur in die Schönheit der Website zu investieren, gibt es jetzt ein kostengünstiges online Training, die jeder absolvieren kann, der z.B. mit Word umgehen kann. **Es werden keinerlei HTML- oder php-Programmierkenntnisse benötigt.** Machen Sie Ihren Wordpress-Master, denn Sie erhalten zusätzlich zur kompletten Installation von Wordpress auch eine Schulung in einer speziellen Software, wie Sie innerhalb von 1-2 Stunden (!) ohne jegliche Programmierkenntnisse Ihre eigene Website nach Ihren Vorstellungen aufsetzen und nach der iROI-Strategie optimieren! Die Schulung erfolgt mit online Videos, die Sie Stück für Stück von einer nackten Website bis hin zur kompletten gefüllten und für Suchmaschinen optimierten Website führen mit der Unterstützung von Herrn Sauldie persönlich. Sie haben 6 Monate Zeit, diese Schulung zu absolvieren und können in dieser Zeit unsere Lernplattform komplett nutzen, um Fragen zu stellen. Mehr Informationen finden Sie unter **www.wp-schulungen.de**

iExperten - Zu jedem Fachgebiet nur ein Experte!



Sie sind ein Experte auf Ihrem Fachgebiet? Dann lassen Sie es die gesamte Internet Welt erfahren - nur wenn man Sie kennt, werden Sie auch gebucht - dieser Service gilt für Unternehmen der Grünen Branche, die sich auf dem Markt ernsthaft etablieren möchten.

Bei den iExperten.de gibt es **zu jedem Fachgebiet nur exakt einen Fachexperten** - anderswo, z.B. in XING, finden Sie zu einem Fachgebiet unzählige Ihrer Mitbewerber vor- hier nicht! Wer als Erster sein Fachgebiet bei den iExperten exklusiv reserviert und jeden Monat mindestens einen Fachartikel schreibt, wird belohnt: Die Fachartikel erscheinen nicht nur auf iExperten.de, sondern werden in Google an Top-Positionen gefunden und auch in Twitter und Facebook übertragen. Wenn Sie von Ihrer Qualität an Inhalten überzeugt sind und bereit sind, als Experte auf dem Markt angesehen zu werden, dann bewerben Sie sich bitte unverbindlich unter **www.iexperten.de**! Nur Experten oder die Billigstanbieter werden in der Zukunft überleben, der Rest wird vom Markt verschwinden! **Wo werden Sie dabei sein?**

Jeder Abschied fällt schwer

Wenn Ihnen dieser Leitfaden gefallen hat, einige Aha-Erlebnisse beschert und Schmunzeln bereitet hat, erwerben Sie doch auch für sich, Ihre Freunde und Bekannte das Buch "Die Geheimnisse erfolgreicher Websites" als Geschenk und empfehlen Sie es weiter.

Sehr gerne möchte ich mit Ihnen in Kontakt bleiben. Sie finden mich im Internet in folgenden Netzwerken:

http://www.xing.de/profile/sanjay_sauldie

<http://twitter.com/topredner>

<http://www.facebook.com/sauldie>

<http://www.iexperten.de>

oder direkt per E-Mail an erfolg@iroi.de oder rufen Sie mich an: **Telefon: +49 (0) 621 – 97 87 933**

Viel Erfolg mit diesen Informationen und Gottes Segen auf Ihren Wegen!

Ihr Sanjay Sauldie

PS: Unter **www.gruenes-internetmarketing.de** erhalten Sie exklusiv als LeserIn dieses Leitfadens zusätzlich ein paar wertvolle Testtools, melden Sie sich einfach gratis an und testen Sie gewissenhaft Ihre Website....ähm..Vertriebsmitarbeiterin!