

9 Wege zu mehr Kunden per Internet

95 Prozent googeln vor Kaufentscheidungen. Das Internet ist daher in vielen Branchen heute das wichtigste Instrument der Neukundengewinnung. Neben Suchmaschinen gibt es jedoch noch mehr Wege, im online neue Kunden zu gewinnen.

Das strukturierte Vorgehen bei der Neukundengewinnung online beschreibt das Buch „Erfolgreiches Online-Marketing“. Die ersten 69 Seiten des Buch gibt es als kostenloses PDF unter <http://www.absolit.de/Traffic.htm>

Hier die neun wichtigsten in der Reihenfolge ihrer Bedeutung:

SEO: Suchmaschinenoptimierung

Pflichtprogramm für alle, die im Netz gefunden werden wollen, ist die Optimierung der eigenen Webseiten. Interne und externe Verlinkung sind neben guten Inhalten die wichtigsten Erfolgsfaktoren. Auf absolit.de/SEO sind die wichtigsten Tricks.

SEM: Suchanzeigen

SEO wirkt langfristig, Suchanzeigen können auch kurzfristig für Kampagnen geschaltet werden. Zwei Möglichkeiten gibt es: Erstens die meistgesuchten teuren Suchbegriffe buchen – meist aus Imagegründen. Oder zweitens viele kleine, wenig gesuchte Begriffe buchen. Die sind preiswerter. Ob die Anzeigen nur auf Suchmaschinen oder auch auf anderen Webseiten erscheinen, entscheiden Sie selbst. Die wichtigsten Tipps finden Sie aus absolit.de/SEM

E-Mail-Marketing

Neukunden per E-Mail zu gewinnen, hat eigene Regeln. Wer unangeforderte E-Mails ohne Einwilligung verschickt, riskiert teure Abmahnungen. Der übliche Weg ist die Gewinnung von Leads (Interessenten) auf der Homepage. Wer Ihre Homepage besucht, hat ein Interesse an Ihnen. Also lassen Sie diese Menschen nicht gehen, ohne sie nach Ihrer Adresse zu fragen. Aber es gibt weit mehr Wege, an neue E-Mail-Adressen zu kommen: absolit.de/Adressen

Affiliate Marketing

Für jeden Online-Händler gehört das zum Pflichtprogramm. Viele Homepagebetreiber leben davon, dass Sie gegen Zahlung einer Verkaufsprovision Werbung für interessante Produkte machen.

Banner

Die größte Budgetposten in der Onlinewerbung sind Banner. Sie sind seit über zehn Jahren der etablierte Weg, Markenbekanntheit im Netz aufzubauen. Und immer mehr Zielgruppen erreicht man auch nur noch über das Web. Markenartikler verlagern wegen der besseren Targeting-Möglichkeiten (Zielgruppenauswahl) Werbebudgets von der klassischen zur Onlinewerbung.

Online-PR

Onlinewerbung ist oft mit großen Budgets verknüpft. Es geht auch anders. Wer interessante Neuigkeiten hat, kann diese preiswert online unter die Leute bringen. Interessante Informationen verbreiten sich im Internet schnell weiter. Viele Presseportale publizieren Pressemitteilungen auch gratis: absolit.de/PR

Online-Verzeichnisse

Im realen Leben gibt es die Gelben Seiten, im Internet sind es Online-Verzeichnisse. Diese Verzeichnisse spielen eine zunehmend größere Rolle für die Neukundengewinnung. Der Grund: Hier suchen Interessenten konkret nach einem Anbieter. Die Palette reicht von Städteverzeichnissen, Dienstleisterverzeichnissen, Ausschreibungsportalen, Online-Katalogen über Preisvergleichs- und Auktionsportale bis hin zu Social-Bookmarking-Diensten.

Blogs

Blogs sind ein zweiseitiges Schwert. Wer gut schreiben kann, erhöht damit seine Reichweite und seinen Bekanntheitsgrad. Wer jedoch keinen begnadeten Dichter in der Firma hat, sollte das Blog-Projekt lieber stoppen, als die PR-Abteilung damit zu überfordern.

Web 2.0 und Social Web

Wer viel unterwegs ist, hat viele Kontakte. Das trifft auch für das Internet zu. Natürlich ist es zeitraubend, sich auf all den Social-Web-Portalen zu registrieren. Dafür gibt es wunderbare Instrumente, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Und immer mehr Gespräche zwischen Unternehmen und Kunden verlagern sich ins Netz. Aber im Social-Media-Marketing gelten andere Gesetze: absolit.de/Social-Media-Marketing