

Vom Kunden gefunden werden: Internet-Marketing für Online-Shops

Dieser kleine Leitfaden soll Ihnen aufzeigen, dass man bei einem Online-Shop nicht nur am Design und an den Artikeln arbeiten muss, sondern auch an der Popularität. Denn Artikel verkaufen sich nicht von alleine.



Eine gute Adresse: Den richtigen Domain-Namen wählen

Der Domain-Name repräsentiert Ihren Webshop im Netz.

Bei der Entscheidung für Ihren Webauftritt sollten Sie folgende Aspekte bei der Wahl des Domain-Namen und der Domain beachten:

1. Ein perfekter Domain-Name ist verständlich, einprägsam und leicht zu schreiben.
2. Mehrere Wörter im Domain-Namen sollten mit Bindestrich getrennt werden, z.B. www.mein-Webshop.de
3. Schlüsselwörter möglichst in den Domain-Namen bringen, z.B. www.mein-Keyword-Shop.de
4. Der Domain-Name sollte möglichst kurz sein.
5. Eine „heimische“ Top-Level-Domain wählen:
für Deutschland www.mein-Webshop.de,
für Österreich www.mein-Webshop.at, usw.
6. Die Verfügbarkeit der Wunsch-Domain kann kostenlos auf <http://www.denic.de> (deutsch), <http://www.whois.com> (international) überprüft werden.

Tipp:

» Eine bestehende und bekannte Domain sollte weiterhin genutzt werden, denn das Alter einer Webseite beeinflusst das Google-Ranking positiv!



Einen Überblick verschaffen: Sitemaps und „freundliche“ URLs

Um alle relevanten Seiten ständig und aktuell für die großen Suchmaschinen bereitzustellen gibt es eine Übersichtsseite – auch Sitemap genannt. Sie enthält Verweise auf alle Kategorien und Inhalte eines Shops.

Diese Sitemap muss im XML-Format für die Suchmaschinen zur Verfügung stehen, um regelmäßig eingelesen und verwertet zu werden, damit alle Ihre einzelnen Webseiten dem suchenden Kunden angezeigt werden können. Beim DR-WebShop 2 wird eine XML-Sitemap automatisch 1-mal am Tag erstellt.

Für die Position bei Google ist die URL, also die Webadresse mit entscheidend. Kurze sprechende URLs sind nicht nur für Suchmaschinen freundlicher, sondern auch für Ihre Kunden. So ist die URL http://www.mein-shop.de/produktkategorie_produktname besser als <http://www.mein-shop.de/217832489>.

Beim DR-WebShop 2 sind suchmaschinenfreundliche URLs durch die On-Page-Optimierung schon automatisch aktiv, so dass Sie hier keinen zusätzlichen Aufwand haben.



Futter für die Suchmaschinen: Meta-Daten pflegen!

Als Meta-Daten bezeichnet man Angaben zum Inhalt auf Webseiten, sie bestehen meist aus einem Titel, einer Beschreibung und Schlüsselwörtern. Diese Meta-Daten werden dem Kunden nicht direkt auf der Seite angezeigt, aber von den Suchmaschinen gelesen und verwertet. Meta-Daten ermöglichen es den Suchmaschinen mit Hilfe der automatisierten Programme („Crawler“) die Inhalte und wichtigsten Themen der Webseite zu identifizieren und thematisch für die Suchmaschinen einzuordnen.

Zusätzlich verwerten Suchmaschinen natürlich auch den Text der Seite und je interessanter dieser eingestuft wird, umso besser wird die Seite für die Position auf der Ergebnisseite bewertet. Die Begriffe aus den Meta-Daten sollten auf jeden Fall im Text der Seite noch einmal erscheinen. Bei längeren Texten sogar häufiger.

Die Meta-Description und der Titel werden im Suchergebnis angezeigt und die gesuchten Wörter werden Fett hervorgehoben. Deshalb sollten Sie den Text für die Meta-Description auch informativ gestalten, um das Klickverhalten positiv zu gestalten.

Beim DR-WebShop 2 haben Sie die Möglichkeit die Meta-Daten direkt am Artikel zu pflegen. Auch alle Inhaltsseiten im Content Manager sollten mit Meta-Tags versehen werden. Diese Meta-Tags erklären den Crawlern, welche Inhalte sich auf dieser Seite befinden. Wenn Sie Unterseiten in Ihrem Shop haben, die nicht von den Suchmaschinen aufgenommen werden sollen, können Sie dies im DR-Webshop2 mit der Option „no follow“ ausschalten.



Empfohlen werden: Backlinks auf anderen Webseiten erzeugen

Um bei Google eine gute Position zu bekommen sind viele Aspekte wichtig. Eines der wichtigsten Themen, wenn es um Suchmaschinenoptimierung geht, sind die Backlinks. Das bedeutet, dass andere Webseiten auf Ihren Shop verlinken. Diese Verlinkungen können beispielsweise durch Pressemitteilungen erreicht werden. Diese enthalten den Link zum Artikel und befinden sich zusätzlich auf den Presseportalen. Eine weitere Möglichkeit sind Fachartikel, die den Link zu Ihrem Shop enthalten. Generell steigern Artikel auf anderen relevanten Seiten das Vertrauen.

Je größer der Page-Rank (Indikator zur Einstufung von Google) der anderen Seiten ist, desto relevanter und wichtiger ist die jeweilige Verlinkung.

Zum Thema Suchmaschinenoptimierung einige Tipps:

- » Nehmen Sie Abstand von Linksammlern, die in der Regel minderwertig bei Google bewertet werden.
- » Als Partnerseite von Themenseiten oder Shops, die mit Ihren Artikeln in Beziehung stehen, macht eine Verlinkung Sinn.
- » Beteiligen Sie sich an Diskussionen, in für Ihre Branche relevanten Diskussionsforen und verlinken Sie zu Inhalten, in Ihrem Shop.



Mit Kunden im Dialog bleiben: Facebook, Twitter, Google+ und Xing

Die Kommunikation über die sozialen Netzwerke wird auch für Online-Shops immer wichtiger. Hier kann man Kunden, Fans oder Follower auf dem Laufenden halten und sich regelmäßig in Erinnerung rufen. Sonderangebote und neue Produkte locken die Kunden zum Stöbern in den Shop. Fragen zum eigenen Produktportfolio oder den Erfahrungen zu Produkten bringen wertvolle Erkenntnisse zur Zufriedenheit der Kunden.

Bei Facebook gibt es auch ein Werbeprogramm. Hier kann man seine Zielgruppe sehr genau über Interessen und Vorlieben definieren und ansprechen.

Auch bei der zielgruppengerechten Gestaltung einer Facebook-Seite und der richtigen Facebook-Strategie sind Sie bei Neuland-Medien an der richtigen Adresse.



Kundenbindung durch Newsletter

Ihre Kunden sollten regelmäßig über einen Newsletter auf neue Produkte oder Sonderangebote aufmerksam gemacht werden. Dazu bietet es sich an, ein Newsletter-Formular in den Shop einzubinden, um schon von Beginn an die Mail-Adressen von Interessenten zu sammeln.

Auch im Bereich „Newsletter“ können Sie sich mit Fragen gerne an **Neuland-Medien** wenden, die Sie gerne bei der Einrichtung und Erstellung Ihrer Newsletter unterstützen.



Handwerkzeug für Shop-Besitzer: „Google-Tools“ aktiv nutzen!

Der Shop ist fertig eingerichtet und online – jetzt sollte doch eigentlich „der Rubel rollen“. Leider ist das nicht so einfach. Wenn Sie einen Laden auf der grünen Wiese aufmachen, werden sich auch nur wenige Kunden durch Zufall zu Ihnen verirren.

Ihr neuer Shop muss bekannt gemacht werden. Dazu nutzen Sie am besten die meist genutzte Suchmaschine Google. Dort können Sie die „Google-Tools“, also das „Handwerkzeug für Google“ kostenlos nutzen.

Zu den wichtigsten Werkzeugen gehören die Google Webmaster Tools, Google Analytics, Google Adwords, Google Adsense, Google Trends und das Google Keyword Tool.

Zuerst müssen Sie sich ein Google Konto einrichten. Dazu gehen Sie einfach auf <http://www.google.de> und klicken oben rechts auf „Anmelden“. Als nächstes müssen Sie sich als Inhaber der Webseite Ihres Shops verifizieren.

Die notwendigen Schritte werden unter dem folgenden Link gut erklärt:
<http://www.google.com/webmasters/tools/?hl=de>

Bei einem DR-WebShop 2, sind wir Ihnen bei der Einbindung Ihres HTML-Codes, den Sie von Google bekommen gerne behilflich.



Werbung bei Google schalten

Das Werbeprogramm von Google heißt AdWords. Hier können Anzeigen zu bestimmten Keywords gebucht werden, die dann bei Google über den anderen Suchergebnissen und auf der rechten Seite erscheinen. Diese Anzeigen werden immer dann eingeblendet, wenn ein Suchbegriff gesucht wird, das für die Anzeige als Keyword hinterlegt ist.

Ohne Vorkenntnisse und ohne kompetente Beratung kann man mit einer unbedachten Keyword-Wahl und den falschen Einstellungen sehr schnell viel Geld ausgeben. Es gibt auf diesem Gebiet spezialisierte Agenturen, die von Google als „AdWords Professional“ zertifiziert sind. **Neuland-Medien** ist zertifizierter Google AdWords Professional und hilft Ihnen bei der Erstellung einer Adwords-Kampagne gerne weiter.

Kunden deren Shop über eine gewisse Zeit läuft, empfehlen wir die Zusammenarbeit mit **Neuland-Medien** im Bereich Google AdWords. Für **DreamRobot-Kunden** bietet **Neuland-Medien** ein gratis Budget von 100€ zum Testen von AdWords. Wir empfehlen zusätzlich die Verknüpfung von AdWords mit Google Analytics.



Produkte bei Google Shopping listen

Für die Suche nach Produkten hat Google eine eigene Kategorie eingerichtet: Google Shopping. Hier können Online-Shop Betreiber Ihre Produkte kostenlos einpflegen. Google benötigt nur einen Verweis (Produkt-Feed), wo die verfügbaren Produkte mit Preis, kurzer Beschreibung und Webadresse ausgelesen werden können.

Beim DR-WebShop 2 können Sie eine Automatik einrichten, so dass der Produkt-Feed für Google automatisch erstellt wird und Google die Daten regelmäßig und aktuell abrufen kann:

1. Loggen Sie sich in Ihr Google Konto ein und öffnen Sie folgenden Link
<http://www.google.de/merchants/termservice>
2. Fügen Sie den Datenfeed im Merchant Center unter Daten-Feeds ein und stellen Sie eine tägliche Aktualisierung von Google ein.
3. Anschließend überprüfen Sie die Statuszusammenfassung des Feeds. Ihre Produkte sind nun bei Google gelistet

Zusätzlich gibt es einige Tipps, die zu beachten sind:

- » Produkt-Feeds regelmäßig bereitstellen (tägliche Aktualisierung einstellen)
- » Erweiterungen zu Produkten nutzen z.B. wenn ein Produkt in mehreren Farben vorliegt sollte dies in jeder Farbe als Produkt angelegt werden
- » Niemals reine Großbuchstaben im Produkttitel nutzen
- » Fehlende oder falsche Bilder vermeiden
- » Titel darf nicht 1:1 der Produktbeschreibung entsprechen
- » Vergeben Sie sinnvolle und kategorieabhängige Attribute, dass Google die Produkte zuordnen kann



Export der Produkte zu Preisvergleichsportalen

Zusätzlich zu Google Shopping gibt es viele weitere Preisvergleichsportale, wo Shop Betreiber Ihre Produkte listen können. Als DR-Webshop 2 Kunden können Sie unter Export auch für die bekanntesten Preisvergleichsportale Automaten erstellen. Die Preisvergleichsportale sind aber in der Regel nicht kostenlos.

DreamRobot und **Neuland-Medien** freuen sich über Feedback und Ergänzungen zu diesem ersten Leitfaden und wünschen Ihnen viel Erfolg mit Ihrem Online-Shop!



Frank Oddey
CDN GmbH / Dreamrobot



Patrick Bremehr
Neuland-Medien GmbH & Co. KG