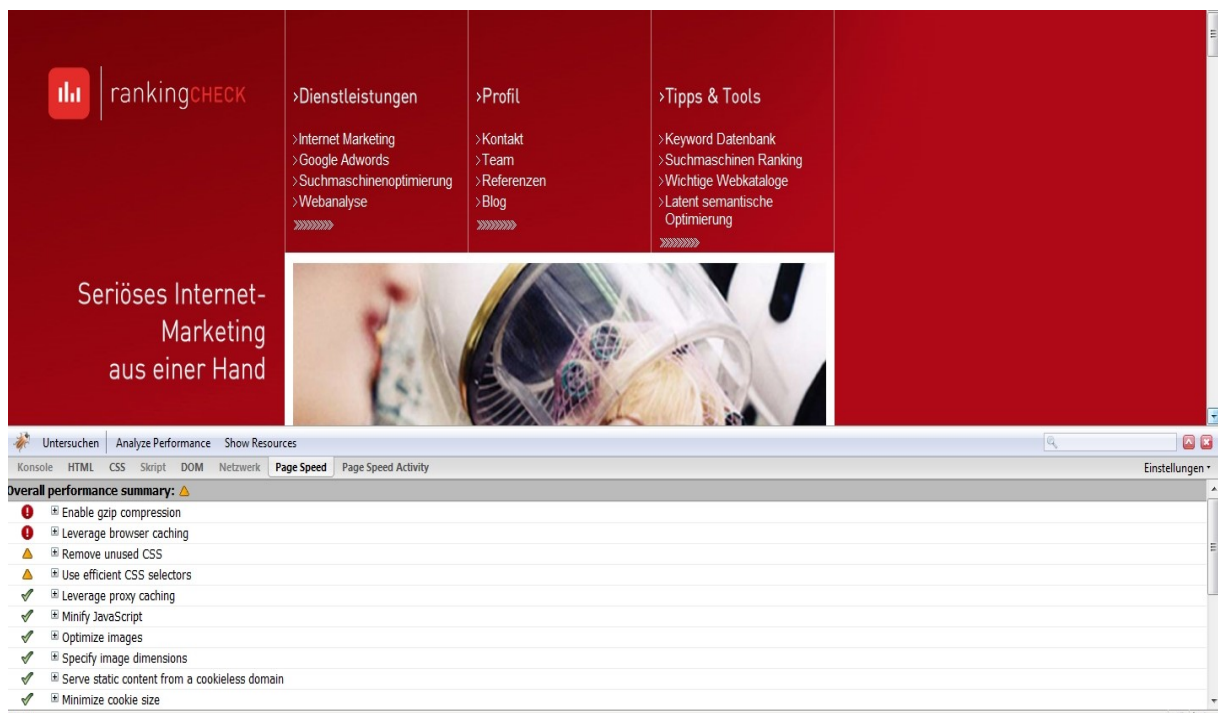




Webseiten Ladezeiten: Google stellt Optimierungstool zur Verfügung

Die Ladezeiten von Webseiten sind für die Suchmaschine Google sehr bedeutsam. Schnelle **Ladezeiten beeinflussen das Ranking von Webseiten im organischen Bereich der Google Suchergebnisse genauso wie das bezahlte Auktionssystem Google AdWords**. Sie spielen eine entscheidende Rolle für den Qualitätsfaktor und den PageRank, den die Suchmaschine einzelnen Seiten zuweist. **Ladezeiten können mit einfachen Mitteln gemessen und durch Optimierungsmaßnahmen verkürzt werden.**



Bisher straft Google zu langsame Ladezeiten ab. Der Suchmaschinenprimus hat nun ein eigenes, **kostenloses Tool mit dem Namen „page speed“** entwickelt, mit dem sich Ladezeiten aus Sicht Googles analysieren lassen. „page speed“ ist ein Add-On, das mit dem Browser Mozilla Firefox genutzt werden kann. **Mit Hilfe des Add-On können beliebige Seiten gecrawlt und entsprechend Ladezeiten ermittelt werden, die wiederum in drei Kategorien eingeteilt werden.** Es ermöglicht zugleich einen Recording-Test, bei dem alle Aktivitäten während der Ladung der Seite aufgezeichnet werden.

„page speed“ gibt genaue Hinweise darauf, wie eine Optimierung aussehen könnte. Das Tool listet die kritischen Bereiche der Webseite auf und stellt verbesserte Varianten vor.

Checken Sie also Ihre Ladezeiten und verbessern Sie Ihren PageRank und den Qualitätsfaktor!

Wir treffen uns auf Google Maps

Google Maps hat sich als Standort-Suche bereits etabliert. Millionen Menschen täglich führen Suchen in Google Maps durch. Die virtuelle Karte von Google bekommt auch in den weiteren Diensten immer mehr Zuwachs an Usern. So wird die Routenplanung in Google Maps verwendet oder Google Maps als schnelles Branchenverzeichnis genutzt. Mit den **neuen Funktionen wie Street-View (die 3D Ansicht) und das Erstellen einer eigenen Karte** zieht Google noch weitere User auf ihre Seite.

Google Maps ist somit auch als Marketingmaßnahme kein Fremdwort mehr. Mit einem Google Maps-Eintrag machen Sie es Usern leichter, Sie zu finden. **Es gibt vorrangig drei Maßnahmen, sich in den Maps zu positionieren:**



- **Google AdWords Text-Anzeigen werden bereits in der Suchergebnisspalte von Google Maps aufgenommen.**
- Die **Lokale Anzeige** ist eine Branchenanzeigen des AdWords-Systems, das auf genaue Keywords und Standorte optimiert, geschaltet wird. **Der Vorteil dieser Anzeige ist, dass Sie direkt in der Karte positioniert werden.** Weitere Vorteile hingegen des üblichen Eintrags sind die Einbindung eines Unternehmensbildes neben der Adresse. Der User nimmt Ihre Anzeige auf Google Maps im Unterschied zu normalem Branchen-

eintrag eher wahr. Der Klick wird wahrscheinlicher. Durch den Klick auf Ihre Anzeigen-URL gelangt der User auf eine optimierte LandingPage, die im AdWords-System hinter der Anzeige hinterlegt ist.

- **Der Brancheneinträge bei Google Maps ist die kostenlose, klassische Variante, sich bei Google Maps als Unternehmen einzutragen.** Wenn potenzielle Kunden in Google Maps nach örtlichen Informationen suchen, finden Sie Ihr Unternehmen mit Adresse, Geschäftszeiten und sogar Fotos Ihres Unternehmens oder Ihrer Produkte. Sie benötigen keine eigene Website, eine Ladengeschäft oder die Firmenadresse reichen aus. **In der Funktionalität ist diese Art jedoch deutlich „abgespeckter“ gegenüber der Lokalen Anzeige.**

Um mehr Funktionen für die letztere Nutzungsart anzubieten, hat Google ein neues Dashboard gelauncht. Dieses Dashboard weißt nicht nur die Anzahl der Impressionen auf. Es listet die Keywords auf, unter denen der Brancheneintrag gezeigt wird und angeklickt wird. Der Standort der User ist auch kein Geheimnis mehr. Insgesamt können **Informationen zu der Zielgruppe besser analysiert werden.**

Neben den neuen Dashboard-Funktionen stellt Google eine **kostenlose Coupon-Einbindung** zur Verfügung. Der Couponcode ist allerdings statisch und im Tracking nicht so genau wie der AdWords Konversionscode. **Mit dem Code lassen sich Rückschlüsse darüber ziehen, wie effektiv der Brancheneintrag bei Maps ist.**

Kunden in Ihrer Region suchen bereits nach genau den Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten. Warum machen Sie es ihnen nicht leichter, Sie mit der Google-Suche und bei Google Maps zu finden?

Ihr Ansprechpartner unterstützt Sie bei der Erstellung eines Eintrags im Branchencenter oder übernimmt auch gerne den kompletten Eintrag.

Online Marketing News

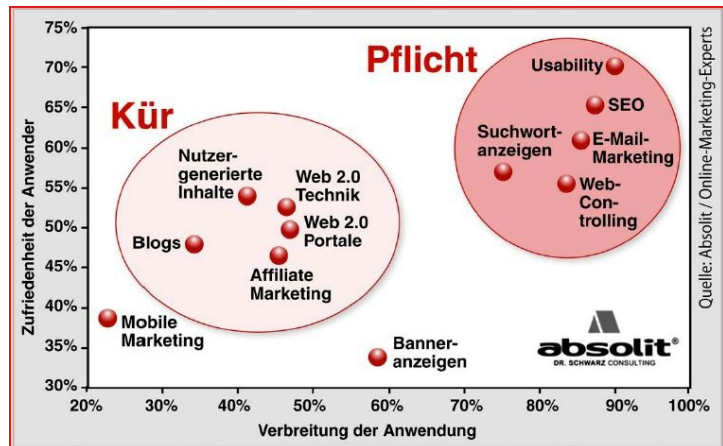
Online Marketing-Trends 2009

Die Absolit-Consulting, eine der führenden deutschen Plattformen zum Thema Online Marketing, führte ab November 2008 eine Umfrage unter allen Newsletter-Abonnenten zum Thema Online Marketing durch, die mittlerweile abgeschlossen und ausgewertet ist. **Ziel der Umfrage war die Identifikation aktueller Marketing Trends.** Insgesamt wurden 474 online-affine Unternehmen befragt.

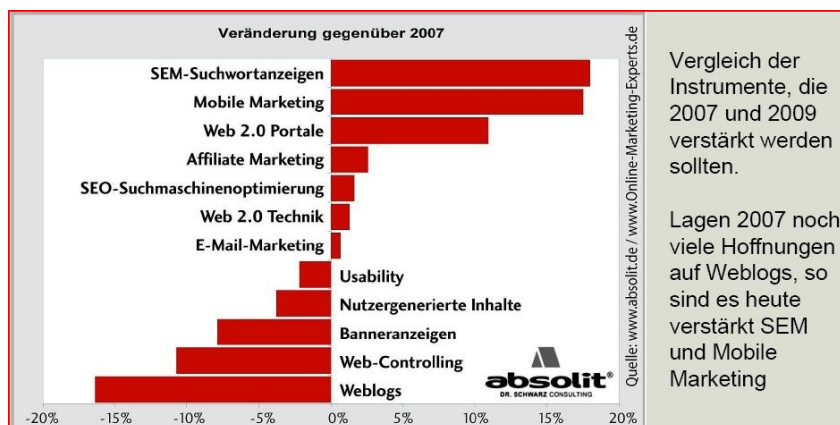
Ergebnisse im Überblick:

Neben Usability, SEO, E-Mail Marketing und Web-Controlling wird zunehmend auch Suchmaschinenmarketing breit eingesetzt. Das ist eines der Ergebnisse der aktuellen Studie „Online-Marketing-Trends 2009“. Die ersten fünf Instrumente werden von über drei Vierteln der 474 befragten Unternehmen eingesetzt. Doch das Schalten von Suchwortanzeigen (SEM) gehört immer mehr zum Pflichtprogramm. Der Anteil der Unternehmen, die SEM einsetzen, stieg von 67 auf 77 Prozent.

Ergänzend werden Bereiche wie Mobile Marketing und das Unternehmens-Engagement auf Social Media Portalen am Stärksten ins Auge gefasst.



Nur wenig verändert sind die Themen Homepage, E-Mail Marketing und Web-Controlling. Die Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit (Usability) steht nach wie vor ganz oben, gefolgt von der Optimierung für Suchmaschinen (SEO). Genau wie E-Mail-Marketing und Newsletter Marketing ist die Bedeutung eines guten Google-Rankings bei Marketingentscheidern heute unumstritten.



Der Einsatz von Web 2.0-Instrumenten ist nach wie vor die Kür beim Online Marketing. Dazu gehört der Einsatz von nutzerfreundlichen Techniken wie AJAX oder das Zulassen von Nutzerkommentaren. Nutzergenerierten Inhalte sind für traditionell denkende Marketingabteilungen jedoch immer noch ein heißes Eisen. (Quelle: absolut.de)