

Vom Suchen und Finden im eCommerce

„Er ist online – also verkauft er!“ Was einst für zahlreiche Online-Shops galt, trifft heute nur noch auf einige wenige große Handelsgeschäfte und Marken mit ihrem Online-Shop zu. Denn nur online zu sein, reicht für den Erfolg im Versandhandel längst nicht mehr aus. Wer bei Google nicht auf Seite eins steht, der ist quasi schon aus dem Rennen. Denn es gilt: Sichtbarkeit ist der Schlüssel zum Kunden. Um den Aufwand für Händler zu verringern, bieten bereits einige Softwarehersteller mit Automatismen bei der Artikel-Pflege effektive Lösungen.

Die Erfolgsfaktoren für den Online-Handel liegen heute nicht mehr nur darin, die richtigen Produkte zum richtigen Zeitpunkt in der richtigen Qualität zur Verfügung zu stellen. Es ist entscheidend, unter der großen Auswahl an Konkurrenzangeboten im Internet gefunden zu werden. Denn wer in der Suchmaschine nicht gleich ganz oben erscheint, nach dem wird im Netz nicht mehr lange gesucht. Darum sind Sichtbarkeit und Auffindbarkeit der eigenen Shop-Präsenz maßgeblich für den Erfolg im Online-Handel. Mit der Möglichkeit zur automatischen Eingabe von Parametern beim Artikel einpflegen schaffen einige Shopsysteme bereits Abhilfe und verschlanken die Prozesse. Wer das nachträglich macht, muss deutlich mehr Energie investieren.

Suchmaschinenmarketing – Wege zu mehr Sichtbarkeit

Ein Weg die Sichtbarkeit der Online-Präsenz zu steigern, liegt im Suchmaschinenmarketing. Im Vergleich zu klassischen Werbemöglichkeiten wie Print- oder TV-Werbung bleiben die Kosten beim Suchmaschinenmarketing überschaubar. Gerade wegen der Verringerung des Streuverlusts, der die Kosten regelmäßig in die Höhe schnellen lässt. Dennoch gilt auch beim Suchmaschinenmarketing: Wer verkaufen will, muss erst Geld investieren! Umso wichtiger ist es das eingeplante Marketingbudget gezielt einzusetzen. Der Fokus sollte hierbei stets auf der Rentabilität der eingesetzten Mittel liegen.

SEA vs. SEO – Zwei unterschiedliche Ansätze

Im Suchmaschinenmarketing bieten sich grundsätzlich zwei unterschiedliche Ansätze – die Suchmaschinenwerbung und die Suchmaschinenoptimierung. Die Suchmaschinenwerbung (SEA) stellt eine Form von bezahlter Werbung dar. Hierbei zahlt der Werbende für das Anzeigen einer Werbeeinblendung in den Suchergebnissen von Google. Die Werbeeinblendungen werden über oder rechts neben den natürlichen oder auch organischen Suchergebnissen dargestellt und entsprechend gekennzeichnet. Der Preis einer Anzeige wird über einen Auktionsmechanismus ermittelt und kann je nach Attraktivität des Suchworts sehr hoch ausfallen. Ein weiterer Nachteil der Werbeanzeigen zeigt sich in der Reaktanz der Kunden auf diese zu klicken.



Bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) geht es darum die Inhalte und Struktur einer Webseite zu optimieren. Ziel ist es, den eigenen Shop in den natürlichen Suchergebnissen möglichst weit oben zu positionieren. Um die Sichtbarkeit für den Kunden zu erhöhen und die Bekanntheit des Online-Shops bzw. der Marke zu steigern. Nicht nur das Auffinden der Webseite selbst steht bei der Suchmaschinenoptimierung im Fokus. Auch die einzelnen Produktseiten gilt es dahingehend zu perfektionieren, dass diese möglichst weit oben in der

Autor

Wolfgang Vogl
Director Business Development

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100
presse@speed4trade.com

Google-Suche stehen und insgesamt einen positiven Einfluss auf die Gesamtseite ausstrahlen. Denn letztendlich sollen Produkte verkauft werden. Maßgeblich ist es, den Kunden dort abzuholen, wo er sucht – denn dort zeigt er die höchste Kaufbereitschaft!

Nachhaltige Umsatzsteigerung mit SEO

Im Vergleich zur Suchmaschinenwerbung weist die Suchmaschinenoptimierung einen maßgeblichen Vorteil auf – Nachhaltigkeit! Denn von einer guten Struktur und wertvollen Inhalten profitiert der Online-Shop deutlich länger. So führt die hohe Sichtbarkeit in den Suchmaschinen mehr Kunden in den Online-Shop. Das Ergebnis: mehr verkaufte Ware und dementsprechend eine Steigerung der Umsätze!

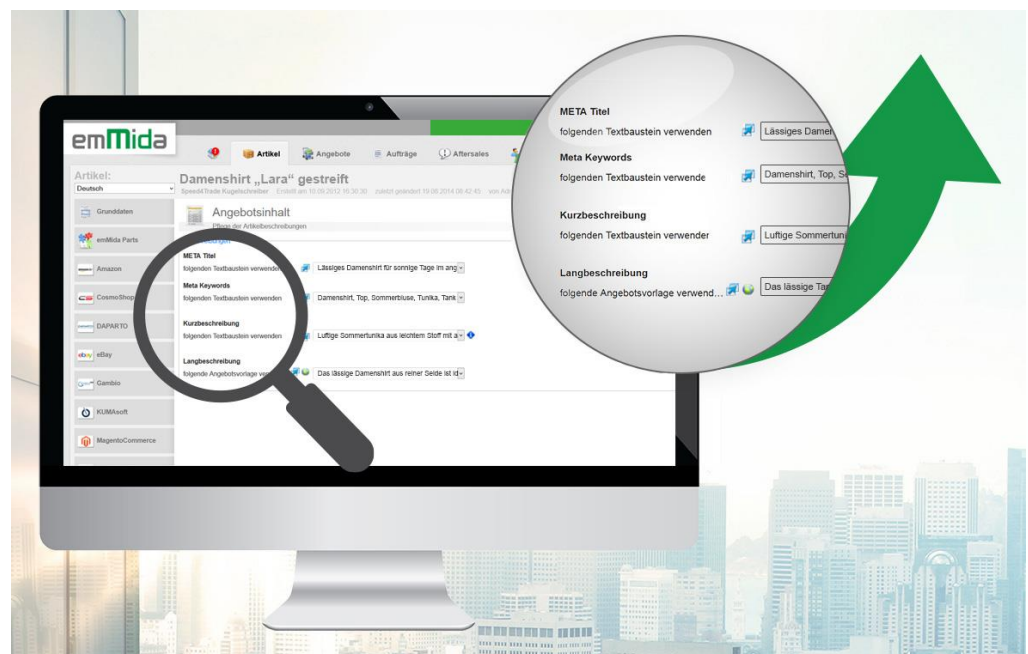
Um diese hohe Platzierung in den natürlichen Suchergebnissen zu erreichen, stehen die Online-Shop-Betreiber vor zahlreichen Herausforderungen:

- Keyword Recherche
- Optimale Keyword-Dichte
- Aussagekräftige Titel und Meta-Descriptions
- Vermeiden von doppelten Inhalten
- Strukturierte und relevante Inhalte
- Aufbau einer konsistenten internen Linkstruktur
- Aufbau von Backlinks

Der enormen Relevanz der Suchmaschinenoptimierung für den Verkauf, steht dabei der sehr hohe Arbeitsaufwand der Betreiber gegenüber. Und dennoch lohnt es sich, in die Suchmaschinenoptimierung zu investieren, um sich auf lange Sicht gegen die Konkurrenz durchsetzen zu können und sich am Markt zu etablieren. Denn es gilt: nur wer gefunden wird, kann auch verkaufen!

emMida – Aufwand sparen, Frequenz steigern

Um die Suchmaschinenoptimierung so effektiv wie möglich zu gestalten, bieten bereits einige eCommerce Softwarehersteller den Online-Händlern schon seit längerem einfache und ressourcenschonende Lösungen an.



Autor

Wolfgang Vogl
Director Business Development

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100
presse@speed4trade.com

Ein Beispiel hierfür liefert der eCommerce Software-Dienstleister Speed4Trade mit seiner Middleware emMida. Als zentrale eCommerce-Software für die Steuerung von Marktplätzen und Online-Shops, ermöglicht emMida die direkte Eingabe von SEO-Texten. Online-Händler können SEO-Daten direkt in die Artikelmaske mit einpflegen. Solche Daten können Metadaten wie Title, Description und Metatags und oder auch passende Keywords sein. Der Import von Meta-Daten in Form von Textbausteinen ist hier besonders einfach. Sehr sinnvoll ist darüber hinaus, direkt Produkt-Keyworts und Anzeigentexte aus Google AdWords zu exportieren, um diese direkt in der Middleware zu nutzen.

Der Fokus bei dieser Lösung liegt in der einheitlichen und zentralen Steuerung aus der Middleware heraus. Die Folge: weniger Pflegeaufwand im Backend des eigentlichen Online-Shops oder in den jeweiligen Marktplätzen. Der klare Vorteil: Zeitersparnis für den Händler!

Fazit: Nur wer sichtbar ist, kann erfolgreich handeln

Maßgeblich für den Erfolg eines Online-Shops ist neben der Produktauswahl und der richtigen Präsentation vor allem die Sichtbarkeit beim Kunden. Denn nur wer gefunden wird, kann erfolgreich handeln. Deshalb lohnt es sich, in die Auffindbarkeit des Online-Shops zu investieren. Eine nachhaltige, aber auch arbeitsintensive Maßnahme ist dabei die Suchmaschinenoptimierung. Zur Unterstützung bei den SEO-Maßnahmen bieten deshalb bereits einige eCommerce Softwarehersteller wie beispielsweise Speed4Trade Händlern effektive Lösungen. So werden die eingesetzten Ressourcen geschont und die Rentabilität des eigenen Online-Shops erhöht!

Autor

Wolfgang Vogl
Director Business Development

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100
presse@speed4trade.com