



SCIENTIFIC CONSULTING PARTNERS

S-EWK: Experten-Workshop zur Kundengewinnung mit Prof. Dr. Mario Fischer

Online Kunden über Website Boosting holen und behalten

Wer heute nicht mit seinem Unternehmensnamen oder Produktbegriffen in Suchmaschinen – allen voran Google – auf den ersten Seiten und den ersten Plätzen gefunden wird, existiert für Neukunden faktisch im Web nicht. Über 11 Millionen de-Domains sind in Deutschland derzeit registriert und es werden täglich mehr.

Kleineren und mittleren Unternehmen und Organisationen fehlen oft die Zeit und das notwendige Know-how, um erste Positionen in den wichtigsten Suchmaschinen zu erreichen und diese auch zu halten. Große Unternehmen sind häufig der fatalen Meinung, man könne sie ja und käme von selber auf die Webseiten.

Der Workshop zeigt zum einen wesentliche Erfolgskriterien auf, verdeutlicht, was Suchmaschinenmarketing tatsächlich bringt und wie es gemacht wird. Der Referent gibt einen kompetenten Einblick in die Rankingmechanismen der beliebtesten Suchmaschine Google und wie man sie aktiv beeinflussen kann.

Selbst der Eintrag gegen Bezahlung (z. B. Google Adwords) ist mittlerweile so komplex geworden, dass Unternehmen oft unnötig Geld ohne das richtige Know-how damit verbren-

NUTZEN DES WORKSHOPS:

Die Teilnehmer lernen die Do's and Dont's im eCommerce, die Kniffs und Tricks von Visibility (online gefunden werden) und Usability (online aus Besuchern Kunden machen).

Nach dem Workshop und dem Umsetzen der Empfehlungen werden die Neukundengewinnung und der Umsatz über Google und Co. spürbar steigen. Gleichzeitig werden künftig das Marketing und der Vertrieb nachhaltig, effektiv und effizient unterstützt.

nen. Auch hier werden wertvolle und kostensparende Tipps und Hinweise gegeben.

Gefunden werden alleine hilft aber noch nichts, wenn die Webseiten kompliziert oder aus Besuchersicht unverständlich gestaltet sind. Anhand von eingängigen und recht amüsanten Beispielen zeigt Prof. Fischer, wie sich der Stand des „elektronischen“ Verkaufens über das Web derzeit dem kaufwilligen Besucher darstellt. Es wird dabei mehr als deutlich, dass



es zumeist nicht etwa Sicherheitsbedenken oder Unsicherheiten im Umgang mit neuen Medien sind, die potentielle Kunden abschrecken. Dies ist vielmehr darauf zurück zu führen, dass selbst großen Konzerne den Kunden im Web noch immer mit missverständlichen Begriffen, undurchschaubaren Navigationen oder unzumutbaren Bestellprozessen abschrecken.

Die mit erstaunlicher Gelassenheit verschwendeten und falsch eingesetzten großen wie kleinen Online-Budgets lassen Umsätze und Gewinne oft weit hinter dem zurückbleiben, was möglich wäre.

Der Referent zeigt praxisorientiert auf, wo die Fallstricke liegen und wie man die eigenen Seiten gezielt verbessern kann.

INHALTE DES WORKSHOPS:

- ✓ Online-Marketing: Welche Möglichkeiten für wen taugen
- ✓ Eine kurze Einführung in die Funktionsweise von Suchmaschinen
- ✓ Wie man aus Kundensicht die richtigen Suchbegriffe findet
- ✓ Google: PageRank und TrustRank
- ✓ Wesentliche Rankingmechanismen und deren gezielte Beeinflussung
- ✓ Der strategische Aufbau von Links
- ✓ Technische Barrieren für Suchmaschinen und wie man sie umgeht

- ✓ Effizientes Pay-per-click-Marketing (Google-Adwords)
- ✓ Erfolgskontrolle
- ✓ Die Erwartungen von Besuchern auf Webseiten und deren Blickverhalten
- ✓ Optimales Texten für Menschen und Suchmaschinen
- ✓ Aufbau intuitiv bedienbarer Navigationen
- ✓ Newsletter und Formulare: Was sind die Erfolgskriterien
- ✓ Die Erhöhung von Konversionsraten mit Bordmitteln
- ✓ Wie man die Usability der eigenen Seiten testen kann
- ✓ Der effektive Einsatz von Werkzeugen (Tools)

Während der gesamten Veranstaltung und auch zum Abschluss:

- ✓ Fragen der Teilnehmer
- ✓ Klären von Einzelproblemen

Der Referent betreut und berät viele namhafte Unternehmen in ganz Deutschland beim Online-Marketing und sorgt gleichzeitig für einfache, verständliche und damit profitable Webauftritte.

DER REFERENT:

Prof. Dr. Mario Fischer
Mitglied des wissenschaftlichen SCOPAR-Beratergremiums

Prof. Dr. Mario Fischer, Jahrgang 1963, studierte Wirtschaftswissenschaften und promovierte anschließend an der Universität Erlangen/Nürnberg. 1990 trat er in das Beratungsinstitut tms in Nürnberg ein, seit 1994 ist er Gesellschafter. 1995 gründete er das Softwareunternehmen tms development GmbH. Seit 1998 ist er Professor für Wirtschaftsinformatik an der Fachhochschule Würzburg.

Prof. Fischer ist vertreten in zahlreichen Expertengremien. Er führt neben Forschung und Lehre anspruchsvolle Projekte mit Groß- und Mittelstandsunternehmen diverser Branchen sowie kommunalen Einrichtungen durch und ist bekannt durch zahlreiche Praxisvorträge, Seminare, Konferenzen, Fernsehsendungen und Publikationen.

Die erste und zweite Auflage seines Fachbuchs "Website Boosting 2.0" entwickelte sich innerhalb kürzester Zeit zum Bestseller, wurde bereits weit über 20.000 mal verkauft und erschien ebenfalls in Spanien und Indien.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.mario-fischer.de>.

DAUER DES WORKSHOPS:

24. Juli 2009 (9.00 – 17.00 Uhr)

ORT:

München

TEILNAHMEGEBÜHR:

495,00 € p. P. zzgl. ges. MwSt.
(inkl. Pausen- und Mittagsverpflegung)

ANMELDESCHLUSS:

10. Juli 2009

TEILNAHMEBEDINGUNGEN:

Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie Details zum Tagungsort sowie zu den Örtlichkeiten. Sollte die angemeldete Person verhindert sein, so kann ein Ersatzteilnehmer benannt werden. Eine Stornierung der Teilnahme (nur schriftlich) ist bis 2 Wochen vor dem Seminartermin kostenlos möglich. Danach wird die volle Gebühr fällig. Die Rechnungsstellung erfolgt 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn. Die Teilnahmegebühr ist vor der Veranstaltung zu begleichen.

ANMELDUNG:

SCOPAR - Scientific Consulting Partners
Maximilianstraße 35a
80539 München
Fon: +49 - 89 - 958 98 065
Fax: +49 - 89 - 958 98 066
E-Mail: seminare@scopar.de
Web: www.SCOPAR.de