Online-Marketing Tipps von der SEMSEO

Abakus Internet Marketing war auch dieses Jahr wieder so freundlich und hat uns zur SEMSEO Internet-Marketing-Konferenz in Hannover eingeladen. Tiefgründiges Insiderwissen hochrangiger Experten, neuste Suchmaschinen-Trends und vor allem tolles Networking standen wieder einmal auf dem Programm.

Der Bericht für alle mit SEO-Vorkenntnissen:

Vorweg lässt sich mal wieder die tolle Organisation des Abakus Teams erwähnen. Super Location, hochgradige Referenten, Freibier und gutes Essen sprechen für sich. Doch jetzt gleich zur Zusammenfassung der Sessions, die ich übrigens mit besonderer Spannung erwartet habe, da es ja in den letzten Wochen einige Änderungen in den Google-Serps gab, deren Auswirkungen auf die SEO-Branche noch nicht ganz klar zu sein scheinen.

SEO-Strategie für die Universal Search

Begonnen hat Marcus Tober von Searchmetrics, der einige Hinweise darauf gab, wie man in die prominenten Google One-Boxes Ergebnisse auf der ersten SERP-Seite gelangen kann. Hierbei sind für Shopbetreiber vor allem Google News, Google Blogs und Google Base interessant, da sich gerade dort Traffic generieren lässt. Tipps und Statements von Marcus im Überblick:

Google News

Anmeldung erforderlich
Erstellung einer extra XML-Sitemap für Google News notwendig
Durch ein prominentes Listing in der One-Box (auf einer SERP-Startseite) ist ein temporärer Trafficanstieg fast garantiert (Schlagzeilenheadlines, Aktualität bzw. Trends)
Google bevorzugt scheinbar manuell starke trustige vertrauenswürdige Sites
Insgesamt gibt es ca. 25.000 Google-News Quellen, davon sind allerdings nur ca. 350 Quellen auf der Startseite zu finden.
Nebenbei: Auch der shopbetreiber-blog ist seit einigen Wochen als Google-News Quelle akzeptiert worden
Google Blogs

Auch ältere Beiträge sind zu finden, so dass man Traffic über längere Zeit generieren kann. Dafür werden die Trafficzahlen im gesamten wahrscheinlich geringer ausfallen, da der Aktualitätsbezug nicht zwangsläufig gegeben ist.
Google Base

17 % der SERPS sind mittlerweile abgedeckt von Google Universal Search Ergebnissen. Davon wiederum ca. 50 % von Google Base Ergebnissen.
Hier liegt demnach großes Potenzial für Shopbetreiber!
Was muss ich also beachten wenn ich Datenfeeds bei Google Base einreiche?
Immer alle vorhandenen Attribute befüllen, um die Erreichbarkeit zu erhöhen. Standardshopsoftware übermitteln in der Regel meißt nur die notwendigen Attribute. Achtung!
Denken Sie sich benutzerdefinierte Attribute aus, die entsprechend eindeutige Inhalte beinhalten.
Denken Sie nicht, dass Sie nur mit dem günstigsten Preis nach oben gerankt werden.
Starker Trafficanstieg über ein Startseiten Google-One-Box-Produktlisting
Verwenden Sie keine Weiterleitungslinks für Google Base
Stellen Sie die wichtigsten Keywords in den Title-Tags nach vorn (Das gilt übrigens immer!!!)
Aktualisieren Sie den Feed am besten täglich und mindestens dreimal pro Woche, um als vertrauenswürdig angesehen zu werden.
Google misst die Klickraten, so dass ein niedriger Preis doch von Vorteil sein könnte.
Google Product Reviews sind noch nicht bei den Surfern angekommen. Abzuwarten wie sich das entwickelt.

Outsourcing von SEM an Affiliates

Tim Ringel von Metapeople berichtet in einem guten Vortrag darüber, dass die vollständige

Befüllung des Online-Marketing-Mixes für größere Unternehmen allein nur noch schwer zu bewerkstelligen ist. Zu viele Kanäle sind mittlerweile mit Content zu befüllen. Deswegen gibt er den Tipp, einmal mit dem Gedanken zu spielen, ob man vor allem den Bereich SEM nicht auch an die Profis, sprich an Affiliates outsourcen kann. Diese Idee bestärkt er dadurch, indem er aufzeigt, dass die durchschnittliche erste SERP-Seite bis zu 10 unterschiedliche Quellen aufweisen kann.

Google Base
Google News
Google Adwords (2 mal)
Google generisch
...
Affiliates sind Profis in Sachen SEM und SEO und könnten Ihnen relativ problemlos diese Arbeit abnehmen, bevor hochdotierte Adwords-Kampagnen geschaltet werden, die anschließend nicht konvertieren.

SEO-Tools

Johannes Beus von der Sistrix GmbH berichtet gewohnt nüchtern und sachlich über gängige SEO-Tools, die für Profis aber wohl nichts Neues waren, oder? Weitere Tools, die hier nicht genenannt wurden kann man gern als Kommentar hier abliefern.

Tools zur Keyword-Recherche

Google Insights for Search
Google Keyword Tool
Semager.de
Wordtracker.com
Zudem der Tipp immer mehrere Quellen zu nutzen, statt sich auf nur eine einzige zu verlassen.
Tools zur Ranking-Analyse

SEO Book Rank Checker (Firefox-Plugin)
Searchmetrics
Sistrix Toolbox
Tools zum Backlinks-Check

Linkdiagnosis
Yahoo Site Explorer
Sistrix Toolbox
Linkbuilding mit Thomas Promny

Thomas Promny von Gimahhot (WhiteHat unter den Promi-Seos) erzählte über innovative Linkbuilding-Strategien.

Linktausch

Wenn, dann nur in themenrelevanten Seiten
Und in die normalen Inhalte integriert, nicht in den Footer!
Linkbaiting

Kann auch mit langweiligem Shop-Content klappen. Bieten Sie Social-Bookmarks, Weiterempfehlungs-Buttons und Möglichkeiten des Embeddings an.
Für jeden Bereich gibt es gute Linkbaiting-Ansätze die sich viral verbreiten lassen. Am besten einfach mal brainstormen!
Cooles Zeug

Widgets, die man in Blogs integrieren kann dürfen Backlinks beinhalten. Beispiele sind Slideshare, Tweet-Rank, Youtube usw.
Badgets wie Twittercounter oder Shop-Besucherzähler beinhalten auch immer natürliche Backlinks
Gewinnspiele funktionieren in der Regel als Linkbait, sind aber von Google nicht unbedingt gern gesehen. Vorsicht ist also geboten.
Promny´s Liebllingsbeispiel sind Charity-Aktionen. Setze ein Link und ich spende 10 Euro an eine Charity-Aktion. Starke Idee!
Linkbuilding 2.0

Der erste Teil der Session von Uwe Tippmann war ein bisschen old-schoolig. Hier wurden größtenteils Backlink-Kriterien als Ranking-Faktor ausgiebig behandelt. Die Wichtigkeit von guter Nachbarschaft, optimalen Ankertexten und Domain-Poularität der backlinkenden Domains waren hier jedoch für die meißten nichts Neues.

Der zweite Teil war da schon ein bisschen spannender, da es sich um das Potenzial von Content Syndication (Widgets, Gadgets, RSS) handelte. Dies wiederum sollte auch jedem Shopbetreiber ein Begriff sein, denn so lassen sich echte Backlinks generieren. Der letzte Tipp von Uwe war dann die Pflege bereits bestehender Links. Es lohnt sich nämlich fast immer einen Webmaster, der schon einen Link gesetzt hat, anzuschreiben und um einen optimalen Ankertext zu bitten.

Fragerunde "Gefährliches Halbwissen"

Die Prominenz der deutschen SEO-Szene beantwortete ausgiebig Fragen von Alan Webb. Gefährliches Halbwissen wird so zum Beispiel angewendet bei:

Unternehmenstwitterern (Tober: „Tweets lassen sich nicht zurücknehmen.")
Domain-Umzügen
Übertriebene interne Verwendung von Nofollow
Fast immer "Gefährliches Halbwissen", da nur Google die richtigen Antworten kennt

SEO-Klinik

Der spannendste und witzigste Teil der diesjährigen SEMSEO wieder unter dem Motto: Aus der Audienz werden Projekte vorgeschlagen, die von den Profis auseinander genommen werden.

Nach einigen Klassikern, die mit versteckten Unterschriften-Images in der robots.txt sowie allerhand schlechtem Verzeichnis-Backlinks aufwarten konnten kam es dann mit dem Stichwort "Nabelschnurblut" zum absoluten Höhepunkt. Tatsache ist, dass es noch echte Nischen zu geben scheint, um einen erfolgreichen Online-Shop zu betreiben.

Pub-Con

Die anschließende Pub-Conference in der HBX Brauerei Hannover brachte mir einige gute Gespräche, eine Menge neues Zeug zum Ausprobieren und die Erkenntnis, dass es solche und solche gibt. Bis nächstes Jahr SEMSEO 2010.