

Suchmaschinen Marketing

Trends.

Lokale Werbung



Ausgangslage

- >> Obwohl sich die Kunden immer häufiger vor dem Kauf im Internet erkundigen, erfolgen viele der Käufe selbst noch immer im realen Leben. Auch in Zukunft.
- >> Ein Coiffeur kann über die Suchmaschine gefunden werden, die Haare selbst werden aber immer nicht im Salon geschnitten.
- >> Weil solche Geschäfte meistens in der persönlichen lokalen Umgebung stattfinden, beziehen viele User geographische Kriterien in die Suche mit ein (z.B. Coiffeur Zürich, Buchladen Bern, usw.).
- >> Folgende Liste zeigt die [25 häufigsten Suchbegriffe](#), die in Kombination mit einem Ortschaftsnamen gesucht werden.

Trend

- >> Lokale, bzw. geographisch eingeschränkte Suchen machen bereits heute 20% bis 40% aller Suchabfragen.
- >> Unternehmen mit Geschäftslokalen werden diesen Aspekt stark in Ihren Webauftritt mit einbauen müssen.
- >> Erste Suchmaschinenbetreiber bieten bereits erste entsprechende Möglichkeiten an.
 - > <http://www.google.de/local/add>
 - > <http://de.local.yahoo.com>

Mobile Markt



Thesen

- >> Suchabfragen werden vermehrt über das Handy vorgenommen.
- >> Textanzeigen können auch als Mobile-Werbung geschaltet werden.

Stand heute

- >> Die neuen Handy- und PDA-Generationen lassen technisch anspruchsvollere Applikationen immer besser zu.
- >> Google investiert viel Geld in solche Anwendungen.
- >> Bereits sind über 500'000 .mobi-Domains registriert.
- >> Vorsicht beim Potential ist trotzdem geboten. Mobile Endgeräte lassen aufgrund Ihrer Grösse weniger Anwendungen zu als Bildschirme.

Besucherverhalten



Thesen

- >>Suchmaschinen werden gezwungen sein, die Suchergebnisse nicht nur technisch zu durchleuchten, sondern auch nach Qualitätsmerkmalen.
- >>Das Surfverhalten der User beispielsweise dürfte hier deutlich an Einfluss gewinnen.
 - Verweildauer auf der Seite
 - Häufigkeit der Besucher
 - Abbruchrate der Sitzung

Stand heute

- >>Noch stecken Suchmaschinen in der Entwicklung solcher Messinstrumente
- >>Es darf erwartet werden, dass solche Kriterien aber bereits innert weniger als zwei Jahren zum Einsatz kommen.

Bewegte Bilder



Thesen

- >>Der Anteil der Textanzeigen am gesamten Werbekuchen wird sinken, weil sich Videos als Werbemittel im Internet immer stärker durchsetzen werden.

Stand heute

- >>In Europa fristen Videos noch eher ein Nischendasein, dürften aber wie in den USA ihren Siegeszug fortsetzen.
- >>Für die Textanzeigen dürfte die Verdrängung aber im Rahmen liegen, weil beide Werbeformen weiter wachsen werden.

Hinweis:

Diesen Artikel finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/trends.asp>

Weitere Artikel zum Thema Suchmaschinen Marketing finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/start.asp>